



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE  
UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO  
CULTURAL Y NATURAL DE LA PARROQUIA ILAPO, CANTÓN  
GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN**

**PRESENTADO COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER EL TÍTULO DE  
INGENIERA EN ECOTURISMO**

**GRACE VÁSQUEZ PARREÑO**

**RIOBAMBA-ECUADOR**

**2016**

©2016, Grace Magdalena Vásquez Parreño

Se autoriza la reproducción total o parcial con fines académicos por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor.

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO****FACULTAD DE RECURSOS NATURALES****ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de investigación: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE LA PARROQUIA ILAPO, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO”** de responsabilidad de la señorita Grace Magdalena Vásquez Parreño, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, quedando autorizada su presentación.

**TRIBUNAL DE TESIS.**

ECONOMISTA FLOR QUINCHUELA  
DIRECTORA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN



INGENIERO CHRISTIAM AGUIRRE  
MIEMBRO DEL TRIBUNAL



Yo, Grace Magdalena Vásquez Parreño soy responsable de las ideas, doctrinas y resultados expuestos en esta Tesis elaborada en su totalidad con fines académicos y el patrimonio intelectual del Trabajo de Titulación de Grado pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo



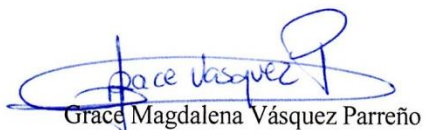
GRACE MAGDALENA VÁSQUEZ

### **CERTIFICADO DE AUTENTICIDAD**

Yo Grace Magdalena Vásquez Parreño, declaro que el trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes y el documento que provienen de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación

Riobamba, Julio del 2016



Grace Magdalena Vásquez Parreño

Cédula de Ciudadanía: 060404192-1

## DEDICATORIA

*A todos quienes llegaron a mi vida como un rayo de luz, para mejorar mis días con su compañía, a los profesores por compartir todos sus conocimientos, y todos los miembros de mi familia por su incansable amor.*

*Y a este pequeño ser que llego a mi vida y ha sido mi inspiración y mi mundo estos últimos meses Alessandro.*

## AGRADECIMIENTO

*A la vida, por enseñarme que de las dificultades nos podemos superar si hay esfuerzo y sacrificio. De manera muy especial agradezco a mis padres por su lucha y entrega, y estar siempre para mí en los peores y mejores momentos de mi vida.*

*A mi madre por ser un gran ejemplo de mujer, madre, hija y hermana, a mi padre por enseñarme el valor de la humildad y estar cerca de mí en cada momento aun no estando presente. A mis hermanos por enseñarme a buscar la unidad cuando más lo necesitamos, y finalmente a Christian Alessandro por enseñarme que el amor existe.*

## Tabla de contenido

I.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE LA PARROQUIA ILAPO, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.....	1
II.	INTRODUCCIÓN.....	1
A.	JUSTIFICACIÓN.....	3
III.	OBJETIVO.....	4
1.	Objetivo general.....	4
2.	Objetivos específicos.....	4
IV.	HIPÓTESIS.....	5
V.	REVISIÓN LITERARIA.....	6
A.	TURISMO.....	6
1.	Generalidades.....	6
2.	Atractivos turísticos .....	6
B.	INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS .....	7
C.	ANÁLISIS DE AUDIENCIA .....	7
D.	EDUCACIÓN E INTERPRETACIÓN AMBIENTAL .....	8
1.	Educación ambiental.....	8
2.	Interpretación ambiental.....	8
3.	Objetivos de la interpretación ambiental .....	9
E.	CENTROS DE INTERPRETACIÓN.....	9
1.	Funciones y acciones de un centro de interpretación.....	10
F.	MEDIOS INTERPRETATIVOS.....	11
G.	CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS .....	12
1.	Medios no personales.....	12
2.	Medios personales.....	13



H.	EXHIBICIONES INTERPRETATIVAS .....	15
1.	Mensaje de la Exhibición .....	16
2.	Diseño del espacio de le Exhibición.....	16
3.	Materiales de Exhibición.....	17
4.	Tipos de Exhibiciones .....	17
I.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....	19
1.	Desarrollo .....	22
J.	ESTUDIO DE MERCADO.....	23
1.	Antecedentes del estudio de mercado.....	23
2.	Ámbito de aplicación del estudio de mercado .....	24
3.	Análisis de la demanda .....	25
K.	ESTUDIO TÉCNICO.....	26
1.	Determinación del tamaño del centro de interpretación cultural y natural .....	26
2.	Capacidad de la planta .....	26
3.	Proceso de producción del producto (b/s) .....	26
L.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	27
1.	Organización del proyecto (definición de áreas) .....	28
2.	Proceso de selección y contratación del talento humano .....	28
3.	Proceso de selección y contratación del talento humano .....	29
4.	Marco legal .....	29
M.	ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA .....	29
1.	Previsión del balance de situación.....	29
2.	Análisis del punto de equilibrio .....	30
3.	Previsión de pérdidas y ganancias .....	30
4.	Elaboración del análisis financiero.....	31
VI.	MATERIALES Y METODOS.....	32

A.	CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR .....	32
1.	Localización.....	32
2.	Ubicación geográfica .....	32
3.	Limites .....	32
4.	Características climáticas .....	32
5.	Clasificación ecológica .....	32
6.	Características del suelo .....	33
7.	Materiales y equipos .....	33
B.	METODOLOGÍA .....	34
1.	Validación del inventario del patrimonio cultural y natural del área en estudio .....	34
2.	Determinación de la viabilidad comercial del centro de interpretación .....	34
3.	Determinación de la viabilidad técnica del centro .....	35
4.	Determinación del estudio administrativo-legal del centro de interpretación .....	37
5.	Evaluar económica y financieramente al proyecto .....	37
VII.	RESULTADOS.....	39
A.	VALIDACIÓN DE INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ÁREA DE ESTUDIO .....	39
1.	Patrimonio cultural.....	39
2.	Patrimonio natural.....	53
3.	Resumen del patrimonio cultural y natural identificado en el área de estudio .....	68
B.	VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN .....	69
1.	Determinación del universo .....	69
2.	Determinación de la muestra.....	70
3.	Caracterización de la demanda.....	71
C.	VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN .....	91

1.	Diseño de la infraestructura física .....	91
2.	Localización del proyecto .....	91
3.	Montaje .....	129
4.	Iluminación .....	131
5.	Guion museológico. ....	132
D.	ESTRUCTURACIÓN DEL ESTUDIO DE MARKETING .....	141
1.	Producto.....	141
E.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL.....	150
1.	Estudio Administrativo .....	150
2.	Estudio Legal .....	158
F.	ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO .....	162
1.	Estudio económico .....	162
2.	Análisis financiero .....	170
X.	RESUMEN.....	175
XI.	SUMARY.....	176
XII.	BIBLIOGRAFÍA.....	177
XIII.	ANEXOS.....	179

## LISTA DE TABLAS

Tabla 7- 2. Ficha de inventario del patrimonio cultural.....	44
Tabla 7- 3 Ficha de inventario cultural.....	47
Tabla 7- 4 Ficha de inventario del patrimonio cultural.....	50
Tabla 7- 5 Ficha de inventario del patrimonio natural.....	53
Tabla 7- 6 Ficha de inventario del patrimonio natural.....	56
Tabla 7- 7 Ficha de inventario del patrimonio natural.....	59
Tabla 7- 8 Ficha de inventario del patrimonio natural.....	62
Tabla 7- 9 Ficha de inventario del patrimonio natural.....	65
Tabla 7- 10. Cuadro resumen del inventario del patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo	68
Tabla 7- 11. Total de población.....	69
Tabla 7- 12. Total de turistas extranjeros .....	69
<b>Tabla 7- 13. Proyección de la demanda para los próximos 5 años.....</b>	<b>88</b>
Tabla 7- 14. Proyección de la oferta.....	89
Tabla 7- 15. Demanda insatisfecha .....	89
Tabla 7- 16. Demanda objetiva .....	90
Tabla 7- 17. Número de clientes .....	90
Tabla 7- 18. Número de clientes .....	92
Tabla 7- 19. Equipamiento y mobiliario de la sala 1, Sala de bienvenida y recepción. ....	94
Tabla 7- 20. Equipamiento y mobiliario de la sala 2, Sala natural.....	95
Tabla 7- 21. Equipamiento y mobiliario de la sala 3, Sala cultural .....	95
Tabla 7- 22. Equipamiento y mobiliario de la sala 4, Sala de audiovisuales. ....	96
Tabla 7- 23. Equipamiento y mobiliario de la sala 5, Sala interactiva. ....	96
Tabla 7- 24. Equipamiento y mobiliario de la sala 6, Sala de exhibición fotográfica. ....	97
Tabla 7- 25. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	98
Tabla 7- 26. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	100

Tabla 7- 27. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	102
Tabla 7- 28. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	104
Tabla 7- 29. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	105
Tabla 7- 30. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	107
Tabla 7- 31. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	108
Tabla 7- 32. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	110
Tabla 7- 33. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	112
Tabla 7- 34. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	113
Tabla 7- 35. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	114
Tabla 7- 36. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	116
Tabla 7- 37. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	118
Tabla 7- 38. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	119
Tabla 7- 39. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	121
Tabla 7- 40. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	122
Tabla 7- 41. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	123
Tabla 7- 42. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	125
Tabla 7- 43. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	126
Tabla 7- 44. Ficha de información y diseño de medios interpretativos.....	127
Tabla 7- 45. Tipo de iluminación para el centro y los medios interpretativos .....	132
Tabla 7- 46. Equipos .....	139
Tabla 7- 47. Muebles y enseres .....	139
Tabla 7- 48. Suministros .....	139
Tabla 7- 49. Instalación.....	140
Tabla 7- 50. Talento humano .....	140
Tabla 7- 51. Servicios básicos.....	141
Tabla 7- 52. Presupuesto marketing mix .....	141

Tabla 7- 55. Plan de Comercialización.....	144
Tabla 7- 56. Presupuesto publicidad .....	149
Tabla 7- 57. Manual de funciones .....	152
Tabla 7- 58. Talento humano .....	157
Tabla 7- 59. Activos fijos.....	162
Tabla 7- 60. Activos diferidos.....	163
Tabla 7- 61. Talento humano .....	164
Tabla 7- 62. Inversiones.....	164
Tabla 7- 63. Financiamiento.....	165
Tabla 7- 64. Depreciaciones.....	165
Tabla 7- 65. Amortización .....	166
Tabla 7- 66. Pago de la deuda .....	166
Tabla 7- 67. Vida útil del proyecto.....	167
Tabla 7- 68. Consumo aparente e ingresos.....	168
Tabla 7- 69. Estado de resultados.....	168
Tabla 7- 70. Flujo de caja.....	169
Tabla 7- 71. Punto de equilibrio.....	169
Tabla 7- 72. VAN.....	170
Tabla 7- 73. Costo actualizado .....	171
Tabla 7- 74. Periodo de recuperación.....	171
Tabla 7- 75. Resumen .....	172

## TABLAS DE FIGURAS

Figura 7- 1 Edad de los turistas locales .....	71
Figura 7- 2 Género de los turistas locales.....	72
Figura 7- 3. Nivel de preparación.....	72
Figura 7- 4. Ocupación de los turistas locales .....	73
Figura 7- 5. Preferencia para viajar .....	73
Figura 7- 6. Número de personas que viaja .....	74
Figura 7- 7. Interés por conocer la parroquia Ilapo .....	74
Figura 7- 8. Interés por contar con un centro de interpretación en la parroquia Ilapo.....	75
Figura 7- 9. Tiempo destinado para visitar el centro de interpretación.....	75
Figura 7- 10. Medios interpretativos .....	76
Figura 7- 11. Temas para el centro de interpretación .....	77
Figura 7- 12. Guianza.....	77
Figura 7- 13. Medios de información .....	78
Figura 7- 14. Costo por la visita al centro de interpretación .....	78
Figura 7- 15. Souvenir.....	79
Figura 7- 16. Género de los turistas extranjeros .....	79
Figura 7- 17. Lugar de procedencia de los turistas extranjeros.....	80
Figura 7- 18. Ocupación de los turistas extranjeros.....	80
Figura 7- 19. Nivel de educación de los turistas extranjeros .....	81
Figura 7- 20. Motivo de su viaje .....	81
Figura 7- 21. Preferencia para viajar .....	82
Figura 7- 22. Número de personas que viaja .....	83
Figura 7- 23. Interés por conocer la parroquia Ilapo .....	83
Figura 7- 24. Centro de interpretación de patrimonio cultural y natural .....	83

Figura 7- 25. Tiempo destinado para visitar el centro de interpretación .....	84
Figura 7- 26. Medios interpretativos .....	84
Figura 7- 27. Temas para el centro interpretativo .....	85
Figura 7- 28. Guianza.....	85
Figura 7- 29. Guía bilingüe .....	86
Figura 7- 30. Medios de difusión .....	86
Figura 7- 31. Costo por la visita .....	87
Figura 7- 32. Mapa de macrolocalización del centro de interpretación .....	91
Figura 7- 33. Plano de las salas del centro de interpretación .....	93
Figura 7- 34. Montaje de salas .....	129
Figura 7- 35. Montaje de iluminación .....	131
Figura 7- 36. logotipo.....	142
Figura 7- 37 Canal detallista de distribución .....	143
Figura 7- 38. Canal detallista de distribución .....	144
Figura 7- 39. Pagina web.....	145
Figura 7- 40. Volante .....	146
Figura 7- 41. banners.....	146
Figura 7- 42. Vallas publicitaria.....	147
Figura 7- 43. Valla publicitaria .....	147
Figura 7- 44. Valla publicitaria .....	148
Figura 7- 45. Valla publicitaria .....	148



# **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE INTERPRETACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE LA PARROQUIA ILAPO, CANTÓN GUANO, PROVINCIA DE CHIMBORAZO**

## **II. INTRODUCCIÓN**

Ecuador, con una extensión territorial pequeña, se caracteriza por ser un país pluricultural, plurinacional y multiétnico, constituido por las nacionalidades y pueblos. La declaratoria de pluriculturalidad garantizará la unidad en la diversidad; el reconocimiento de la enorme diversidad cultural que existe en el Ecuador, también implica reconocer los derechos de los pueblos, es decir; el respeto al conocimiento ancestral, a la organización, a las formas tradicionales de producción, distribución y consumo; la solidaridad en la producción con los diferentes sectores sociales, entre otras; sin que esto signifique dividir al país, mucho menos intentar apropiarse de los recursos naturales, más bien busca garantizar un Estado unitario, equitativo y solidario.

El turismo como industria es un fenómeno que se ha constituido en una actividad de gran importancia en la dinamización económica internacional para muchas naciones y regiones del mundo, constituye una de las actividades fundamentales, generadoras de ingresos económicos, creación de fuentes de empleo y desarrollo socio-cultural, ya que actualmente existen varias modalidades de turismo que motivan a los turistas a disfrutar de la cultura, tradición, aventura y naturaleza de manera sustentable.(Castellanos, 2014)

El “Patrimonio Cultural” de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte, los archivos y bibliotecas. (INPC, 2011)

La población ecuatoriana goza de una amplia diversidad étnica. El Consejo Nacional de Planificación y Desarrollo de los Pueblos Indígenas señala que en el territorio ecuatoriano conviven trece nacionalidades y catorce pueblos indígenas con su propia cosmovisión del mundo, conjuntamente con mestizos, blancos y afroecuatorianos. Además el área urbana alberga destinos

turísticos reconocidos por la UNESCO como Patrimonios Culturales de la Humanidad: Quito y Cuenca.

La interpretación del patrimonio tiene como finalidad ofrecer una explicación del legado cultural, histórico y natural dentro de un marco conceptual común adscrito a un territorio concreto, es decir es el arte de hacer descubrir in situ los múltiples significados de uno o varios recursos patrimoniales de manera atractiva e instructiva generando, a su vez, una concienciación en su conservación para su futuro disfrute por generaciones posteriores.

La provincia de Chimborazo conocida como la provincia de las altas cumbres, debido a que en ella se encuentran algunas de las cumbres más elevadas del Ecuador, está situada en la zona central del pasillo interandino. Chimborazo es conocida por ser la “Cuna de la Nacionalidad Puruha”, donde se conjugan la gran riqueza cultural y la belleza del paisaje andino, lo cual atrae la atención del turista que desea compartir nuevas experiencias con el pueblo y conocer su forma de vida.

La parroquia de Ilapo cuenta con una cantidad considerable de recursos culturales como son diversidad cultural mestiza e indígena, idiomas español y kichwa, fiestas de parroquialización, fiestas del patrono San Lucas, rodeos del chagra, danzas, infraestructura colonial con materiales propios de la zona, gastronomía típica y más. Motivo por el cual se puede aprovechar con fines turísticos todo este potencial existente en la parroquia y sus comunidades aledañas, cuenta también con una gran cantidad de cuentos y leyendas en cada una de sus comunidades las mismas que aún no han sido registradas en su totalidad. Se realiza también los conocidos sainetes, obras de teatro y representaciones artísticas representados por habitantes de la parroquia. Los lagos y lagunas existentes, una cocha conocida por los pobladores como Yanacocha Chica, y además otras de carácter estacionario

En la actualidad la parroquia de Ilapo, perteneciente al cantón Guano ha incursionado en lo que corresponde al turismo, ya que cuenta con atractivos de gran interés tanto natural como cultural. Tales como: Grupos étnicos de Ilapo, Iglesia de san Lucas de Ilapo, Centro histórico de Ilapo, Rodeo del chagra Ilapeño, Mirador de los volcanes, Mirador de Ilapo, Mirador de Bellavista, Cocha Yanacocha Chica, Quebrada del Machay.

En virtud de su gran potencial cultural, se evidencia la necesidad de la propuesta para la implementación de un centro de interpretación cultural y natural, siendo esta una actividad

educativa cuyo propósito es educar, impartir información, y difundir el patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo, pero sobre todo sensibilizar a los visitantes a cerca de la conservación del patrimonio cultural y natural. Además que promueve el desarrollo turístico sostenible mismo que se puede lograr sólo con la interpretación adecuada del patrimonio cultural y natural.

## **A. JUSTIFICACIÓN**

A pesar que la parroquia posee una gran riqueza natural y patrimonial, no existe información e interpretación que permita la valorización, conservación, preservación del patrimonio cultural y natural del sitio, por tal motivo la Junta Parroquial, ha visto la necesidad de crear un centro de interpretación del patrimonio cultural y natural de la parroquia de Ilapo, que permita satisfacer integralmente la visita de los turistas nacionales e internacionales que lleguen a este lugar. De tal manera que favorecerá a la creación de nuevas fuentes de trabajo para los habitantes de la zona permitiéndoles así alcanzar mejores condiciones de vida y un mejor desarrollo local, estableciendo fuentes alternativas de trabajo. El proyecto además contribuirá a la promoción turística, mejor ingresos económicos para la parroquia, etc.

Según la (Código organico de organización territorial COOTAD, 2010) en el art. 144 “El ejercicio de la competencia de preservar mantener y difundir el patrimonio cultural permite formular, aprobar, ejecutar y evaluar los planes, programas y proyectos destinados a la preservación, mantenimiento, del patrimonio arquitectónico, cultural, y natural, de su circunscripción y construir los espacios públicos para estos fines. La preservación abarcará el conjunto de acciones que permitan su conservación garantizará sostenimiento integral en el tiempo; y la difusión procurará la prolongación permanente en la sociedad de los valores que representa en las parroquias rurales y urbanas. Los gobiernos autónomos descentralizados municipales podrán uso social y productivo de los recursos culturales de su territorio, a efectos de cumplir su competencia.

### **III. OBJETIVOS**

#### **A. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar el Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de interpretación del patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

#### **B. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

1. Validar el patrimonio cultural y natural relacionado con la parroquia de Ilapo.
2. Determinar la viabilidad comercial para la implementación del centro de interpretación.
3. Determinar la viabilidad técnica para la implementación del centro de interpretación.
4. Determinar la viabilidad administrativo legal del centro de interpretación cultural y natural.
5. Evaluar económica y financieramente el proyecto.

#### **IV. HIPÓTESIS**

Existe factibilidad para la implementación de un centro de interpretación cultural y natural en la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

## **V. REVISIÓN LITERARIA**

### **A. TURISMO**

#### **1. Generalidades**

Durante décadas, el turismo ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación, hasta convertirse en uno de los sectores económicos que crecen con mayor rapidez en el mundo. El turismo mundial guarda una estrecha relación con el desarrollo y se inscriben en él un número creciente de nuevos destinos. Esta dinámica ha convertido al turismo en un motor clave del progreso socioeconómico.

Hoy en día, el volumen de negocio del turismo iguala o incluso supera al de las exportaciones de petróleo, productos alimentarios o automóviles. El turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio internacional, y representa al mismo tiempo una de las principales fuentes de ingresos de numerosos países en desarrollo. Este crecimiento va de la mano del aumento de la diversificación y de la competencia entre los destinos. (Gonzalez, 2010)

#### **2. Atractivos turísticos**

Los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituye una parte importante del turismo. Estos toman diversas formas que según parece solo están limitadas por la imaginación (Lundberg, 1986).

Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor. (Catarina, 2010)

## **B. INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional. Recordemos que un inventario no es sólo un cúmulo de información, sino fundamentalmente un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del quehacer turístico. (Minsetur, 2008)

## **C. ANÁLISIS DE AUDIENCIA**

El turismo es un sector económico que desempeña un rol de gran importancia en el desarrollo económico de La Araucanía, por una parte atrae inversión nacional y extranjera orientada a las actividades turísticas e impulsa la creación y el mejoramiento de la infraestructura disponible mediante la urbanización en general, y por otra parte, contribuye a impulsar el desarrollo de las diferentes actividades que son demandadas por los turistas tales como; la alimentación, agencias de viajes, transportes de pasajeros, centros de diversión, compras de artesanías, otros productos y servicios de alojamiento. Es justamente esta última actividad la que se cuantifica a través de la Encuesta Mensual a Establecimientos de Alojamiento Turístico, dicha cuantificación considera variables de oferta como lo son la capacidad de habitaciones y camas con la que cuentan estos establecimientos, y también variables de la demanda de los turistas como lo son las llegadas y pernoctaciones nacionales y de extranjeros. (Target, 2011)

Los puntos a analizar de la audiencia tenemos:

- Perfil demográfico (procedencia, edad, nivel de educación)
- Perfil socio- económico (profesión, ocupación, ingresos, consumo de medios de comunicación más utilizados)
- Información general del área a interpretar (principales fuentes de información, acerca del lugar, evaluación de la veracidad y utilidad de información recibida a cada medio)

- Lugares de visita durante el viaje (otros lugares dentro del área a interpretar, motivaciones para visitar en el área, necesidades especiales.)
- Frecuencia de visita (modalidad de viajes, composición del grupo de viaje, permanencia en el área, gasto total durante su visita, intención de retornar al lugar.(Target, 2011))

## **D. EDUCACIÓN E INTERPRETACIÓN AMBIENTAL**

### **1. Educación ambiental**

Para comprender qué es EA, será conveniente explicar lo que no es. La EA no es un campo de estudio, como la biología, química, ecología o física. Es un proceso. Para muchas personas, este es un concepto que se le hace difícil comprender. Mucha gente habla o escribe sobre enseñar EA. Esto no es posible. Uno puede enseñar conceptos de EA, pero no EA.

La falta de consenso sobre lo que es EA puede ser una razón de tales interpretaciones erróneas. Por ejemplo, con frecuencia educación al aire libre, educación para la conservación y estudio de la naturaleza son todos considerados como EA. Por otro lado, parte del problema se debe también a que el mismo término educación ambiental es un nombre no del todo apropiado.

En realidad, el término educación para el desarrollo sostenible sería un término más comprensible, ya que indica claramente el propósito del esfuerzo educativo: educación sobre el desarrollo sostenible, el cual es en realidad la meta de la EA. De hecho, el Consejo sobre Desarrollo Sostenible sugirió que la EA está evolucionando hacia educación para la sostenibilidad, que tiene un "gran potencial para aumentar la toma de conciencia en los ciudadanos y la capacidad para que ellos se comprometan con decisiones que afectan sus vidas."(Aldridge, 2010)

### **2. Interpretación ambiental**

La interpretación ambiental no es simplemente información, es un proceso comunicativo el cual mediante el contacto directo con el recurso u otros medios y la utilización de técnicas, pretende despertar el interés, cambio de actitud, entendimiento y disfrute del visitante en relación al recurso



que es interpretado, estableciendo un contacto directo del visitante con el recurso. Sin embargo, de todas estas definiciones podemos extraer que en esencia, la interpretación ambiental de una manera simple y clara podría ser: “el traducir el lenguaje de la naturaleza al lenguaje del ser humano”. (Sam, 2005)

### **3. Objetivos de la interpretación ambiental**

Durante la planificación y diseño de cualquier proyecto interpretativo una de las etapas más importantes del proceso de planificación es frecuentemente olvidada o ignorada y sin embargo constituye el aspecto más importante de la planificación. Se trata del desarrollo de objetivos que el proyecto debe cumplir. Sin objetivos no se puede garantizar el “éxito” del proyecto, ya que el mismo está directamente vinculado al cumplimiento de los objetivos de ese proyecto, y no al número de usuarios o visitantes. Un objetivo interpretativo describe lo que se espera que el visitante aprenda, sienta o haga como resultado de su programa o actividad. El establecimiento de objetivos interpretativos es la “finalidad” de su responsabilidad hacia el visitante. Debe tenerse en cuenta que los objetivos son “medibles” (por ejemplo, el 80 % de los visitantes serán capaces de nombrar tres tipos de hábitat tras completar su paseo por el sendero interpretativo autoguiado) (Sam, 2005)

## **E. CENTROS DE INTERPRETACIÓN**

Los Centros de Interpretación son equipamientos ambientales que cumplen la función de informar y orientar a los ciudadanos en sus visitas a los Espacios Naturales Protegidos para ofrecer un mejor conocimiento y disfrute de los valores naturales y culturales que albergan.

Los Centros de Interpretación poseen exposiciones didácticas, proyecciones audiovisuales, información sobre el espacio así como diversas publicaciones de apoyo para conocer las principales características de los Espacios Naturales Protegidos.

Los Centros de Interpretación de la Naturaleza son una herramienta para el conocimiento y sensibilización de la población, sobre los valores naturales y culturales de los espacios donde se asientan. (Aragón, 2009)

## **1. Funciones y acciones de un centro de interpretación**

Según (Bertonatti, 2010) sobre las funciones y acciones de un centro de interpretación dice:

### **Funciones y Acciones asociadas:**

#### **a. Dar la bienvenida**

Explicando (de modo personalizado o no personalizado).

Permitiendo que el visitante se sienta esperado al llegar al lugar.

Facilitando que el personal se presente ante los visitantes.

Reproduciendo sonidos o música propia del lugar (animación) para predisponer, distender e insinuar o introducir en el tópico del centro.

#### **b. Orientar y atender al visitante**

(Bertonatti, 2010)Mencionando la importancia del sitio (por su valor o singularidad) y jerarquizando la oportunidad que reviste su visita.

Al inicio de la recorrida, orientarlo con un mapa que señale los atractivos más importantes para que sepa dónde se encuentran y a qué distancia.

Anticipando el menú de actividades que puede escoger en lo que dure su visita al sitio (audiovisuales, senderos, visitas guiadas, etc.).

Explicando qué servicios se brindan, en qué lugares y horarios.

Señalando con carteles o paneles el lugar donde se encuentra en ese momento (en lo posible, con mención a las distancias y niveles de dificultad).

Contestando las preguntas más frecuentes.

Ofreciendo la posibilidad de consultar o adquirir bibliografía, recuerdos y artesanías.

#### **c. Interpretar el patrimonio**

Presentando a través de una exhibición un guión (con un principio, un desarrollo y un final) que comunica un mensaje en torno a la valoración y conservación del patrimonio.

Aplicando sus principios, cualidades y estrategias a lo largo de ese gui3n y de los dem3s medios interpretativos con los que se complementa (visitas guiadas, impresos, audiovisuales, etc.).

Comentando el valor del sitio o sus bienes para la sociedad.

Explicando las razones de su cuidado o protecci3n.

Estimulando buenas pr3cticas y conductas con el patrimonio y la comunidad local.

#### **d. Ajustar el manejo turístico**

Desarrollando actividades acordes con la capacidad de carga de cada atractivo.

Promoviendo beneficios econ3micos para un n3mero mayor de lugares y personas.

Alentando la compra-venta de artesanías y recuerdos aut3nticos, enraizados con el patrimonio y con la comunidad local.

Tomando ideas, sugerencias o cr3ticas de los visitantes.

Esclareciendo el perfil de los visitantes (mediante encuestas, por ejemplo) y segmentando el mercado turístico, lo que se traduce en una oferta m3s eficiente.

Ofreciendo actividades “a medida” del inter3s de los mismos.

Evaluando los resultados recreativos, educativos y de conservaci3n (con encuesta, observaci3n directa u otro m3todo).

#### **e. Dar la despedida**

De un modo c3lido y alentando al visitante a retornar y a recorrer tambi3n los sitios vecinos del patrimonio. (p3gs. 11-12)

### **F. MEDIOS INTERPRETATIVOS**

Son los ‘vehículos’ a trav3s de los cuales se transmite un mensaje interpretativo al visitante. Pueden ser “atendidos por personal”, que contemplan una interacci3n entre el p3blico y una persona que es

guía o intérprete; o bien, “no atendidos”, es decir, aquellos servicios que no utilizan personal directamente, sino objetos, artilugios o aparatos. (A estos últimos también se les denomina medios autónomos o autoguiados). (Morales, 2008)

## **G. CLASIFICACIÓN DE LOS MEDIOS INTERPRETATIVOS**

Generalmente, se clasifica a los medios en "personales" y "no personales", o en "atendidos" y "no atendidos" (Stewart, 1981):

- Personales. Implica una interacción entre el público y una persona que es guía o intérprete.
- No personales. Aquellos servicios que no utilizan personal directamente, sino objetos, artilugios o aparatos.

Sin embargo, Aldridge (com. pers. en 1982) no opina de ese modo, ya que según su criterio, las personas no deben ser consideradas como medio. En todo caso, el intérprete se vale de los medios y, cuando éste no está presente, los medios lo reemplazan. Por no poder ofrecer una alternativa mejor, vamos a continuar con el esquema anterior, resumiendo y adaptando los sistemas de Stewart (1981) y Pennyfather (1975) por separado, dado que ambos son útiles aunque sustancialmente diferentes.

### **1. Medios no personales**

Es muy delicado emitir una valoración acerca de la efectividad o pertinencia de los medios no personales en IA, si queremos ser consecuentes con los enunciados filosóficos de la disciplina. Garay (1980) opina que los servicios no atendidos por el personal contribuyen a aumentar la capacidad de interpretación de un espacio natural; pero con respecto a esta aseveración se corre el riesgo de caer en la espectacularidad o, en el peor de los casos, en la mediocridad, enmascarando el mensaje y las intenciones para las que dicho se han diseñado.

### **a. Señales y marcas**

Proporcionan dirección, información o interpretación, y generalmente se encuentran fijas y permanentes.

### **b. Publicaciones**

Información impresa; libros, folletos, guías, mapas, carteles.

### **c. Medios de comunicación de masas**

Radio, televisión, prensa (revistas y diarios)

### **d. Senderos autoguiados**

Aunque son considerados como medios, precisan de otros para llevarse a cabo. Se utilizan folletos, señales, paneles o grabaciones magnetofónicas, a través de un recorrido preestablecido.

### **e. Audiovisuales automáticos**

Incluyen películas, programas de diapositivas automáticas, postes de escucha, cintas grabadas transportables y todas las presentaciones audiovisuales no atendidas por personal.

### **f. Exhibiciones**

Objetos o colecciones de cosas puestas a la vista, generalmente ilustrando o explicando parcialmente un tema. Se utilizan tanto en interiores como en exteriores. (Sam, 1992)

## **2. Medios personales**

### **a. Tours**

Paseos guiados. Son conducidos por un guía o intérprete; siguen una ruta preestablecida por quienes organizan la actividad, aunque el tema y el método de presentación pueden variar.

Tours en vehículos motorizados. Recorridos en vehículo, organizados según un calendario, horario e itinerario.

Audiovisuales atendidos por personal. Presentaciones en las que el intérprete puede estar presente para explicar o atender preguntas, o en las que él utiliza un medio audiovisual para su propia presentación: Charlas con películas cortas, con diapositivas o retroproyector, rotafolios y uso de amplificador de sonidos.

## **b. Personal especializado**

Demostraciones. Generalmente desarrolladas por profesionales ajenos al personal de plantilla, que están especializados en alguna de las actividades que involucran habilidades como confección de artesanía, fabricación de instrumentos, manufacturas, etc.

Desarrollo de actividades. Implica ejercitación de la habilidad por parte del público. Ejemplos: el montar a caballo, escalar, la fotografía y cualquier otra actividad que lo involucre en una participación activa.

Conferencias. Generalmente, se utiliza a un experto ajeno al personal de plantilla, quien comenta o narra, en diversos estilos, sus experiencias, o traduce sus conocimientos a un lenguaje comprensible para el público. (Sam, 1992)

## **c. Animación**

Animación Pasiva. El intérprete "interpreta" en forma teatral una actividad cotidiana, generalmente costumbrista, vistiendo como el personaje que representa. Se trata de revivir hechos y costumbres tradicionales, sin contar con la participación del público. Un ejemplo de esto es "Homo urbanus" en una jaula de zoo.

Animación activa. Se refiere a los programas interpretativos con participación del público, en los que éste debe utilizar conocimientos previos o adquiridos durante la visita al área. Son las simulaciones, los juegos ambientales, las representaciones teatrales o la utilización de instrumentos con un fin más recreativo que el de adquisición de habilidades.

#### **d. Servicios Casuales**

Incluyen, en general, tres tipos de servicios: información, recepción y asistencia espontánea (en cualquier lugar y situación). Aunque no directamente relacionados con la IA, estos servicios pueden cumplir una función de relaciones públicas que va más allá de la entrega de la simple información sobre lavabos, horarios, etc. Todo contacto entre el visitante y el personal está relacionado con una imagen del parque o área para el primero y una oportunidad de fortalecer la imagen para el segundo. (Sam, 1992)

### **H. EXHIBICIONES INTERPRETATIVAS**

El término “exhibición” es utilizado para referirse al conjunto de elementos que forman parte de una exposición, como paneles, objetos o símbolos utilizados para interpretar un problema ambiental. Una exhibición no necesita ser muy costosa o muy elaborada para ser efectiva. Ya sea grande o pequeña, simple o compleja, la exhibición deberá cumplir los siguientes requisitos (Ceniha, 2010)

Visualmente agradable. Una exhibición puede atraer la atención del visitante a través del uso del color, el equilibrio, imágenes y objetos interesantes.

Relevante para los observadores. Los observadores deben poder relacionarse con las ideas y la forma en que se presentan.

Organizada. Las exhibiciones deben guiar a los observadores en la exploración de un tema a través de una presentación sistemática de la información.

Fácil de leer. El mensaje general debe ser fácil de reconocer. El material escrito se usa para apoyar las imágenes visuales o para proporcionar información más de fondo. En cualquiera de los casos, el texto debe ser breve y fácil de leer.

### **1. Mensaje de la Exhibición**

Para diseñar una exhibición y sus componentes, seleccione un problema ambiental y desarrolle el mensaje relacionado a esta problemática. Es importante desarrollar el mensaje de su exhibición en una etapa temprana, antes de decidir los textos y las ilustraciones a incluir, ya que su mensaje determinará la forma total y el propósito de la exhibición. Las buenas exhibiciones hacen la conexión entre el mensaje y los visitantes; su mensaje debe ser fácil de recordar y la forma en que usted lo presente a través de la exhibición debe hacer aún más entendible el problema. Representantes de su audiencia meta—gente a la que usted quiere hacer llegar el mensaje— pueden proporcionar un aporte muy valioso, haciendo sugerencias acerca de la información que puede incluir en la exhibición y cómo ésta es presentada. (Sterling, 2010)

### **2. Diseño del espacio de la Exhibición**

Si una exhibición ocupará un salón grande o un área significativa, es útil contar con un plano de ese espacio. Los planos pueden obtenerse de un arquitecto, el contratista del edificio o de una oficina de ingeniería civil local. Si el plano ya existe puede copiarlo y anotar en el mismo la disposición de los componentes de la exhibición; de lo contrario, usted deberá medir el salón anotando dónde se encuentran las puertas, las ventanas, los pilares y otras construcciones permanentes, de manera que pueda crear un dibujo a escala. En el dibujo que está hecho “a escala,” una medida en el papel representa el espacio o área de la exhibición real.



### **3. Materiales de Exhibición**

Cuando diseñe cualquier tipo de exhibición, particularmente una que lleve el mensaje acerca de conservación de biodiversidad, los materiales que seleccione para construir la exhibición merecen una consideración especial. Si usted predica conservación, pero usa materiales que vienen de especies amenazadas, está contribuyendo a la pérdida de la biodiversidad y puede confundir el mensaje. Es importante pesar el impacto ambiental en lo que refiere a costo, durabilidad y apariencia de los materiales de exhibición. Generalmente es mejor para el ambiente natural y frecuentemente más económico, utilizar materiales locales. Busque madera de especies de árboles que no estén amenazadas o sobre-explotadas. (Sterling, 2010)

### **4. Tipos de Exhibiciones**

Existe un gran número de factores a considerar antes de seleccionar el tipo de exhibición que usted desea crear. El espacio disponible, los recursos, los materiales (los utilizados para construir la exhibición, así como artículos y piezas de arte que se desean exponer) dictarán que puede producir. Es igualmente importante pesar acerca de qué tipo de exhibición es la más apropiada para llevar su mensaje de acuerdo con las preferencias de su audiencia. Considere las ventajas y desventajas de algo temporal con respecto a una exhibición más permanente.

#### **a. Exhibiciones de pared**

Una exhibición de pared puede montarse en una o más paredes en el centro interpretativo. A pesar de que las exhibiciones pueden pintarse o pegarse directamente en la pared, esto limita la flexibilidad de espacio en su exhibición para uso futuro. Como alternativa, usted puede construir paneles de madera o corcho pegados a la pared, o utilizar materiales como alfombra, tela, tejidos, o redes para crear una superficie atractiva y funcional como fondo de la exhibición. Esto permite libertad de reorganizar y cambiar la exhibición sin tener que reparar las paredes

**b. Exhibiciones Móviles o Itinerantes**

Las exhibiciones móviles o itinerantes frecuentemente consisten de paneles conectados para hacer un fondo. Estas exhibiciones son fáciles de colocar y los paneles pueden ser inter-cambiables, permitiendo que las exhibiciones se muevan y se reorganicen fácilmente. La ubicación de los paneles puede ayudar también a dirigir a los visitantes a que se muevan a través de la exhibición. (Sterling, 2010)

**c. Exhibiciones Tridimensionales**

Mientras que las exhibiciones de pared y las itinerantes son generalmente planas, las hay también tridimensionales, incluyendo varios objetos, modelos o dioramas (estructuras tridimensionales en donde las figuras están arregladas en armonía con el fondo). Los artefactos dentro de la exhibición pueden adherirse a un panel o una pared o colgarse del techo. Estas exhibiciones tridimensionales pueden ser pequeñas o muy grandes, y ser vistas desde varios lados. Considere la seguridad cuando planifica este tipo de exhibición. Habrá momentos en que la exhibición no estará supervisada. Si no todas las áreas pueden ser controladas al mismo tiempo, tome la precaución de asegurar bien la exhibición.

**d. Exhibiciones Interactivas**

Una exhibición tridimensional en una mesa permite al visitante relacionarse fácilmente con la misma. Un rótulo que diga “por favor toque” puede incentivar a la audiencia a involucrarse. (Los objetos pueden asegurarse con hilo de pescar, nylon, o cuerda, si es necesario.) Si usted desea que los niños se relacionen con la exhibición, construya una mesa baja o proporcione unas pequeñas escaleras para que alcancen. Las exhibiciones interactivas pueden estar en forma de juegos, rompecabezas u otras actividades que incentiven a la interacción. (Sterling, 2010)

## **I. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran.

Estudio de factibilidad, Etapas en el estudio de un proyecto de inversión, Estudio de Mercado, Estudio Técnico y Estudio Económico-Financiero.

La formulación de Proyectos de Inversión, constituye un objeto de estudio bastante amplio y sumamente complejo, que demanda la participación de diversos especialistas, es decir, requiere de un enfoque multivariado e interdisciplinario.

Dentro de este proceso de formulación se debe considerar en primer lugar las etapas que conforman un proyecto de inversión, ya que estas constituyen un orden cronológico de desarrollo del proyecto en las cuales se avanza sobre la formulación, ejecución y evaluación del mismo. Y en segundo lugar, los documentos proyectados que brindarán la información primaria básica que se necesita para que el proyecto pueda ser evaluado, proveniente de la estimación de los principales estados financieros.

Un proyecto de Inversión se puede entender como: “un paquete discreto de inversiones, insumos y actividades, diseñados con el fin de eliminar o reducir varias restricciones al desarrollo, para lograr uno o más productos o beneficios, en términos del aumento de la productividad y del mejoramiento de la calidad de vida de un grupo de beneficiarios dentro de un determinado período de tiempo. (Colin, 1982)

Según la Guía Metodológica General para la Preparación y Evaluación de Proyectos del Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social, ILPES, “un proyecto de inversión es una propuesta de acción que implica utilización de un conjunto determinado de recursos para el logro de unos resultados esperados”.

El Manual titulado “Los proyectos, la racionalización de inversiones y el control de gestión” define como inversión, el bienestar que la sociedad posterga a cambio de la expectativa de obtener más adelante un nivel de bienestar superior, convirtiendo en inversión el valor retirado del consumo”.

Teniendo en cuenta estos conceptos, se puede definir un Proyecto de Inversión, como la propuesta por el aporte de capital para la producción de un bien o la prestación de un servicio, mediante la cual un sujeto decide vincular recursos financieros líquidos a cambio de la expectativa de obtener unos beneficios, también líquidos, a lo largo de un plazo de tiempo que se denomina vida útil.

De esta forma un proyecto surge de la identificación de unas necesidades. Consta de un conjunto de antecedentes técnicos, legales, económicos (incluyendo mercado) y financieros que permiten juzgar cualitativa y cuantitativamente las ventajas y desventajas de asignar recursos a esa iniciativa. Su bondad depende, por tanto, de su eficiencia y efectividad en la satisfacción de estas necesidades, teniendo en cuenta el contexto social, económico, cultural y político.

En este proceso de la toma de la decisión de inversión intervienen tres niveles de análisis. Son estos: el mercado, el sistema financiero y la evaluación de inversiones. El primero de estos niveles, el mercado, explica los beneficios de la empresa, su crecimiento, en función de su posición en el mercado, posición esta que no depende sólo de hechos financieros, sino también de su desarrollo tecnológico, de la capacidad y experiencia de su equipo de dirección, de la calidad y aceptación de sus productos o servicios por los consumidores, de sus servicios de posventa, entre otros

Los proyectos nacen, se evalúan y eventualmente se realizan en la medida que respondan a una necesidad humana. Así, el proyecto se puede entender como el elemento básico de la implementación de políticas de desarrollo. Y forma parte de programas o planes más amplios, contribuyendo a un objetivo global de desarrollo. Es una forma de lograr los propósitos y objetivos generales.

La definición más general que se puede dar de inversión, es que consiste en la renuncia a una satisfacción inmediata y cierta, a cambio de la esperanza de una ganancia futura, de la que el bien o el derecho adquirido es el soporte de dicha esperanza.

La inversión básicamente, es un proceso de acumulación de capital con la esperanza de obtener unos beneficios futuros. La condición necesaria para realizar una inversión es la existencia de una demanda insatisfecha, mientras que la condición suficiente es que su rendimiento supere el costo de

acometerla. En virtud de la naturaleza del capital adquirido es posible diferenciar entre inversiones productivas e inversiones financieras.

Existe multitud de clasificación de las inversiones. Sin embargo, es de destacar que todas ellas se refieren a inversiones productivas que tiene lugar en el seno de la empresa.

Así una inversión productiva consistirá en la adquisición de bienes con vocación productiva – activos productivos, esto es, bienes cuya utilidad es la producción de otros bienes. Un mismo elemento podrá ser considerado como inversión productiva o no según el fin que se destine.

Las inversiones Productivas pueden clasificarse en:

- a)** Inversiones de mantenimiento, que son las necesarias para sustituir, o reparar, los equipos desgastados o estropeados y que son necesarias para que el ritmo de la producción se mantenga.
- b)** Inversiones de remplazamiento, cuyo objetivo consiste en sustituir equipos obsoletos por otros de nuevo cuño tecnológicamente superiores, que permiten más a un menor coste.
- c)** Inversiones de crecimiento, que se dirigen a aumentar la producción de la empresa o a ampliar los canales de distribución de sus productos de cara a hacer crecer la empresa. Esto implica tanto el desarrollo y lanzamiento de nuevos productos como la mejora de los antiguos.
- d)** Las Inversiones estratégicas, que persiguen el reafirmar la empresa en el mercado cubriéndola de los riesgos potenciales que pudieran poner en peligro su permanencia en aquel.

Inversiones impuestas, son las que no se realizan por motivos económicos, sino por motivos legales, acuerdos sindicales, por ejemplo, las inversiones tendentes a proteger el ecosistema que circunda a las fábricas de la empresa, o las inversiones en la seguridad e higiene en el trabajo de los empleados.

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. En cada etapa deben precisarse todos aquellos aspectos y variables que puedan mejorar el proyecto, o sea optimizarlo. Puede suceder que del resultado del trabajo pudiera aconsejarse una revisión del proyecto original, que se postergue su iniciación considerando el momento óptimo de inicio e incluso lo anterior no debe servir de excusa para no evaluar proyectos.

Por el contrario, con la preparación y evaluación será posible la reducción de la incertidumbre que provocarían las variaciones de los factores(Uct, 2011)

## **1. Desarrollo**

El estudio de factibilidad es un proceso en el cual intervienen cuatro grandes etapas:

- Idea
- Pre inversión
- Inversión
- Operación.

La etapa idea, es donde la organización busca de forma ordenada la identificación de problemas que puedan resolverse u oportunidades que puedan aprovecharse. Las diferentes formas de resolver un problema o de aprovechar una oportunidad de negocio constituirán la idea del proyecto. De aquí que se pueda afirmar que la idea de un proyecto, más que una ocurrencia afortunada de un inversionista, generalmente representa la realización de un diagnóstico que identifica distintas vías de solución.

La etapa de pre inversión es la que marca el inicio de la evaluación del proyecto. Ella está compuesta por tres niveles: perfil, pre factibilidad y factibilidad.El nivel perfil, es la que se elabora a partir de la información existente, del juicio común y de la experiencia.

En este nivel frecuentemente se seleccionan aquellas opciones de proyectos que se muestran más atractivas para la solución de un problema o en aprovechamiento de una oportunidad. Además, se van a definir las características específicas del producto o servicio.

En el nivel pre factibilidad se profundiza la investigación y se basa principalmente en informaciones de fuentes secundarias para definir, con cierta aproximación, las variables principales referidas al mercado, a las técnicas de producción y al requerimiento financiero.

En términos generales, se estiman las inversiones probables, los costos de operación y los ingresos que demandará y generará el proyecto.

El estudio más acabado es el que se realiza en el nivel de factibilidad y constituye la culminación de los estudios de pervisión, que comprenden el conjunto de actividades relativas a la concepción, evaluación y aprobación de las inversiones, teniendo como objetivo central garantizar que la necesidad de acometer cada proyecto esté plenamente justificada y que las soluciones técnico-económica sean las más ventajosas para el país.

Para llevar a cabo un estudio de Factibilidad proyecto de inversión se requiere, por lo menos, según la metodología y la práctica vigentes, de la realización de tres estudios: Estudio de Mercado, Estudio Técnico, Estudio Económico-Financiero.(Orozco, 2011)

## **J. ESTUDIO DE MERCADO**

Según(Muñoz, Eduardo, s.f), el estudio de mercado es la función que vincula a consumidores, clientes y público con el mercadólogo a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado; para generar, refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Dicho de otra manera el estudio de mercado es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos, resultados que de una u otra forma serán analizados, procesados mediante herramientas estadísticas y así obtener como resultados la aceptación o no y sus complicaciones de un producto dentro del mercado.

### **1. Antecedentes del estudio de mercado**

Para tener un mejor panorama sobre la decisión a tomar para la resolución de los problemas de marketing se utilizan una poderosa herramienta de auxilio como lo son los estudios de mercado, que contribuyen a disminuir el riesgo que toda decisión lleva consigo, pues permiten conocer mejor los antecedentes del problema. El estudio de mercado es pues, un apoyo para la dirección superior, no obstante, éste no garantiza una solución buena en todos los casos, más bien es una guía que sirve solamente de orientación para facilitar la conducta en los negocios y que a la vez tratan de reducir al mínimo el margen de error posible.

## **2. Ámbito de aplicación del estudio de mercado**

Con el estudio de mercado pueden lograrse múltiples objetivos y que puede aplicarse en la práctica a cuatro campos definidos, de los cuales mencionaremos algunos de los aspectos más importantes a analizar, como son:

### **a. El consumidor**

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia.
- Su aceptación de precio, preferencias, etc.

### **b. El producto**

- Estudios sobre los usos del producto.
- Test sobre su aceptación
- Test comparativos con los de la competencia.
- Estudios sobre sus formas, tamaños y envases.

### **c. Segmentación del mercado**

Es el proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Todos los mercados están compuestos de segmentos y éstos a su vez están formados usualmente por sub-segmentos. Un segmento de mercado está constituido por un grupo importante de compradores. La segmentación es un enfoque orientado hacia el consumidor y se diseñó para identificar y servir a éste grupo.

### **d. Segmentación geográfica**

Requiere que el mercado se divida en varias unidades geográficas como naciones, estados, condados, ciudades o barrios; se puede operar en una o dos áreas, o en todas.



**e. Segmentación demográfica**

Es la división en grupos basados en variables demográficas como la edad, el sexo, el tamaño de la familia, ciclo de vida, nivel de ingresos. Una de las razones por la que se utiliza éste tipo de segmentación es que las necesidades, deseos y tazas de uso están a menudo estrechamente relacionadas con las variables demográficas.

**f. Segmentación psicográfica**

Aquí los clientes se dividen en grupos según su clase social, estilo de vida o personalidad.

**g. Segmentación por conducta**

En esta segmentación los clientes se dividen en grupos según sus conocimientos, actitudes, costumbres o sus respuestas a un producto.

**3. Análisis de la demanda**

El análisis de la demanda consiste en conocer el número de personas que han consumido un producto audiovisual, ya sea textual, sonoro, fotográfico o multimedia. Hoy en día se entiende la medición o análisis de demandas como un estudio cuantitativo, pero que también aporta cierta información cualitativa.

Para ejecutar un análisis de demanda en primera instancia se debe realizar un análisis de la situación, manejando toda la información disponible para obtener una panorámica completa acerca de:

- El sitio de estudio o sector, su evolución, productos con los que opera, su importancia en el sector, problemas que ha tenido en otros tiempos, soluciones que se aportaron, etc.
- El mercado y los clientes, análisis sobre la distribución geográfica de la demanda, variaciones estacionales de la venta, tipología de la clientela, etc.
- Organización comercial, canales de distribución que se siguen, rendimiento de la red de ventas, márgenes con los que se opera, descuentos ofrecidos, bonificaciones, etc.

- Posicionamiento en la red, motivado por la gran importancia que la red aporta a las compañías; habrá que realizar un informe comparativo de su situación con respecto a la competencia, tanto en el mercado nacional como en el internacional, aunque no estuviese implantada. (págs. 25-29)

## **K. ESTUDIO TÉCNICO**

Según (Muñoz, Eduardo, s.f), el estudio técnico consiste en el siguiente marco metodológico:

### **1. Determinación del tamaño del centro de interpretación cultural y natural**

Señale el número de clientes que serán atendidos por el centro.

### **2. Capacidad de la planta**

Defina la capacidad de la planta, señale las unidades a producir, para las diferentes salas. La capacidad de la planta puede determinarse en función de la capacidad diseñada.

### **3. Proceso de producción del producto (b/s)**

#### **a. Flujograma de producción**

Realice el diagrama de flujo del proceso de producción de su producto (B/S), señale los tiempos respectivos.

#### **b. Requerimiento de activos fijos**

Determine los requerimientos de terrenos, edificaciones (con instalaciones de acuerdo a los bienes y/o servicios a producirse), maquinaria y equipo, herramientas, muebles, enseres, vehículos y otros activos fijos que utilizará para producir su producto (B/S).

**c. Servicios básicos y mantenimiento**

Determine los requerimientos de servicios básicos y mantenimiento que utilizará para producir su producto (B/S).

**d. Mantenimiento**

Se determina el tiempo de mantenimiento, la cantidad el costo y el proveedor del equipo y de las instalaciones.

**e. Materia prima, insumos y combustibles**

Determine la materia prima, insumos, combustibles que utilizará para producir su producto (B/S).

**f. Diseño técnico**

Realice el diseño técnico del proyecto, elabore un plano, en el que señale tiempos y procesos, señale dimensiones.

**g. Requerimiento del talento humano**

Determine el talento humano, acorde a los procesos y tiempos de producción del producto o servicio, considerando las cantidades a producir diariamente, semanalmente, etc. (según la naturaleza de los bienes y/o servicios a producirse).

**h. Programa pre operativo**

Establezca el programa pre operativo del centro de interpretación cultural (antes del montaje).

Capacidad utilizada, capacidad instalada o considerando una demanda objetivo, es decir que el proyecto puede cubrir toda la demanda insatisfecha o parte de la misma.(págs. 29-31)

**L. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL**

## **1. Organización del proyecto (definición de áreas)**

Según(Muñoz, Eduardo, s.f),el proceso de organización del proyecto consiste en definir las siguientes áreas:

### **a. Área administrativa**

Establezca el área administrativa del centro.

### **b. Área productiva**

Establezca el área productiva (de acuerdo a las necesidades del centro de interpretación cultural, haga un resumen en base al estudio técnico o traslade la información del mismo).

### **c. Área comercial**

Establezca el área comercial (de acuerdo a las necesidades del centro).

### **d. Área financiera**

Establezca el área financiera (de acuerdo a las necesidades del centro).

### **e. Organigrama del centro de interpretación cultural y natural**

Elabore el organigrama tentativo del centro (luego deberá ser ajustado dependiendo del tipo de centro de interpretación cultural y natural a elegirse).

## **2. Proceso de selección y contratación del talento humano**

Determine los valores que debe primar en sus futuros colaboradores.

Determine el proceso de selección y contratación para sus futuros colaboradores.

Defina los materiales que emplearán para el proceso selección, contratación e inducción.

### **3. Proceso de selección y contratación del talento humano**

Determine los valores que debe primar en sus futuros colaboradores.

Determine el proceso de selección y contratación para sus futuros colaboradores.

Defina los materiales que emplearán para el proceso selección, contratación e inducción.

### **4. Marco legal**

Realice un análisis de la Ley de Compañías, de la Ley de Turismo y otros instrumentos legales (reglamentos y ordenanzas), defina según su conveniencia pero ajustado al marco legal correspondiente al tipo del centro: de comandita simple, compañía en nombre colectivo, compañía de economía mixta, compañía anónima, compañía de responsabilidad limitada, otras. Determine los requisitos legales para la constitución legal y funcionamiento del centro. Defina las obligaciones fiscales del centro.

## **M. ESTUDIO ECONÓMICO Y EVALUACIÓN FINANCIERA**

### **1. Previsión del balance de situación**

La previsión del balance de situación según Muñoz (s.f.), menciona que es otro documento contable de uso generalizado que presenta la situación patrimonial del centro. También hay que realizar una previsión, mensual para los primeros doce meses y anual para el resto de ejercicios.

Hay que realizar una previsión de cómo estará compuesto el activo del centro de interpretación cultural; qué parte estará inmovilizado en maquinaria, instalaciones, etc., qué parte estará en manos de clientes que aún no han pagado, qué parte se retendrá en la tesorería de la empresa. También hay que detallar como se desglosa el pasivo del centro de interpretación cultural, fundamentalmente, qué grado de endeudamiento externo se va a alcanzar y si es una deuda a corto o a largo plazo.

## **2. Análisis del punto de equilibrio**

Según (Urbina, 1999), se llama punto de equilibrio al volumen de ventas necesario para cubrir todos los costes del centro de interpretación cultural en un ejercicio. Para un volumen de ventas superior se tendrán beneficios, para un volumen inferior se cerrará con pérdidas. Si bien el cálculo del punto de equilibrio es complejo, entre otras cosas por la dificultad de anticipar los costes variables que se van a producir, hay que hacer un esfuerzo para obtener un valor lo más correcto posible.

De hecho, independientemente del valor exacto que puede tener el punto de equilibrio, su análisis va a proporcionar al emprendedor un profundo conocimiento de la estructura de costes del centro de interpretación cultural, habrá que detallar cuáles serán los costes fijos aquellos que se van a producir independientemente del volumen de ventas o producción y cuáles serán los costes variables es decir, relacionados directamente con las unidades producidas. Como norma general hay que tender a reducir los costes fijos y sustituirlos por variables.

## **3. Previsión de pérdidas y ganancias**

La cuenta de Pérdidas y Ganancias es otro documento contable básico y de hecho, obligatorio en un centro de interpretación cultural. En ella se describen todos los gastos que va a soportar el centro de interpretación y todos los ingresos que va a generar. Se debe realizar una previsión mensual de ingresos y gastos para el primer año. Para los dos o tres años siguientes bastará con una previsión anual. Con la relación de ingresos y gastos es fácil calcular el beneficio esperado. Un centro de interpretación cultural cuando empieza no va a generar beneficios necesariamente desde el primer año. Si se prevé que el primer ejercicio se va a cerrar con pérdidas, esto se debe reflejar en esta previsión. Sin embargo, hay que tener muy claro cómo se van a recuperar esas pérdidas en los posteriores ejercicios.

#### **4. Elaboración del análisis financiero**

Según (Muñoz, Eduardo, s.f), para la elaboración del análisis financiero se trabajará en base al estudio de mercado y se identificará los ingresos y egresos que presentará el estudio técnico y económico.

La rentabilidad del proyecto se mostrará tras el cálculo de los indicadores de rentabilidad, como son flujo de caja, relación coste/beneficio, VAN y TIR, y tiempo de recuperación del capital.

## **VI. MATERIALES Y METODOS**

### **A. CARACTERIZACIÓN DEL LUGAR**

#### **1. Localización**

La investigación se llevó a cabo en la provincia de Chimborazo, cantón Guano, parroquia de Ilapo.

#### **2. Ubicación geográfica**

Coordenadas proyectadas UTM zona 17 S, datum WGS 84

X: 9829313 sur

Y: 768386 oeste

Altitud: 2853 m.s.n.m.

#### **3. Limites**

Norte: Parroquia Santa Fe de Galán

Sur: Matriz Guano

Este: Parroquia san José de Chazo y la Providencia

Oeste: Parroquia Valparaíso

#### **4. Características climáticas**

Temperatura: 06- 18 °C

Precipitación: 550 mm anuales

Humedad relativa: 75%

#### **5. Clasificación ecológica**

La parroquia Ilapo por sus características pertenece a la siguiente clasificación vegetal: Arbustal siempreverde montano alto de páramo conocido también como bosque enano de altura donde están presentes elementos florísticos del bosque montano alto pero de menor tamaño debido a las



condiciones ambientales, topográficas y edáficas extremas, la vegetación tiene alturas que no sobrepasan los tres metros de altura.(MAE, 2012)

## **6. Características del suelo**

La parroquia de Ilapo cuenta con suelos del orden INCEPTISOLES, suborden ANDEPTS, es decir suelos muy negros profundos con una arena fina a media, con presencia de limo, densidad aparente de 1.2 a 1.3 g/cm<sup>3</sup>. Se extiende sobre la zona media y alta de la parroquia

En la parte baja se encuentran suelos del orden de los ENTISOLES, suborden PSAMMENTS, es decir suelos de ceniza arenoso profundo, arena media a gruesa más de 0.5mm y menos de 2 mm. Menos de uno por ciento de materia orgánica de 0 a 20 cm. pH al agua y KCl cerca de 7.

## **7. Materiales y equipos**

### **a. Materiales**

Hojas

Lápiz

Esferos

Corrector

Borrador

Cartuchos para impresora

### **b. Equipos**

Computadora, GPS, impresora, vehículo, cámara fotográfica.

## **B. METODOLOGÍA**

### **1. Validación del inventario del patrimonio cultural y natural del área en estudio**

Para la validación del inventario del patrimonio cultural y natural de la zona, se utilizó la metodología del MINTUR 2004 (ANEXO 1), donde, como por primer paso se identificó el patrimonio tanto cultural como natural de la zona a través de salidas de campo y entrevistas, posteriormente se categorizará por tipo y subtipo.

En el siguiente paso se realizó la valoración de las variables; calidad, apoyo, significado con sus respectivos factores y en función del puntaje obtenido se determinará la jerarquía de los atractivos.

### **2. Determinación de la viabilidad comercial del centro de interpretación**

Para determinar este objetivo se realizó el estudio de mercado el cual contempla lo siguiente:

- a. Estudio de la demanda
- b. Segmentación del mercado

El primer segmento estuvo conformado por la demanda local, quienes serán las personas del cantón Riobamba económicamente activas.

El segundo segmento son aquellos turistas extranjeros que visitan el cantón Riobamba.

#### **c. Determinación del universo**

Se determinó la audiencia considerando a los turistas y excursionistas que visiten el producto del Tren de la ciudad de Riobamba y la Reserva de Producción Faunística Chimborazo. Así también a las personas de la ciudad de Riobamba.

#### **d. Determinación de la muestra**

La determinación del tamaño de la muestra se realizó mediante la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot (p \cdot q)}{(N - 1) \left( \frac{e}{k} \right)^2 + (p \cdot q)}$$

Dónde:

**n:** tamaño de la muestra

**N:** universo de estudio

**e:** margen de error o precisión admisible (8%)

**z:** nivel de confianza (depende de la varianza)

**p:** probabilidad de ocurrencia (0.5)

**q:** probabilidad de no ocurrencia (0.5)

#### **e. Instrumento**

Como técnicas de investigación se elaboraron encuestas dirigidas a los dos segmentos antes mencionados, éste cuestionario será de tipo cerrado y, utilizando el método deductivo se procederá a la interpretación de los resultados estadísticos.

#### **f. Perfil del visitante**

El perfil del visitante se determinó mediante la interpretación y tabulación de los resultados, los mismos que determinarán el perfil del visitante con sus características lo realizó en base al análisis de las encuestas que se aplicarán.

### **3. Determinación de la viabilidad técnica del centro**

Se elaboró el estudio técnico del proyecto mediante los siguientes pasos:

#### **a. Planificación del proyecto**

A partir del planteamiento de la línea cronológica se procederá a la estructuración del guion técnico interpretativo

#### **b. Planteamiento museográfico**

##### **1) Localización del centro**

Se efectuó una macro y micro localización que nos permitirá definir el área adecuada para ubicar el centro de interpretación.

## **2) Consideraciones del diseño museográfico**

Se consideró el espacio en función de la protección e interpretación de los objetos. Se consideró también los siguientes parámetros: medidas de seguridad contra robo, contra incendio, control de humedad, control de temperatura, control de la luz solar, la relación de los muros, el recorrido.

## **3) Elementos de montajes**

Se consideró los siguientes parámetros: la escala, distribución de los objetos sobre las paredes, bases, paneles.

## **4) Medios Interpretativos**

Se elaboró el diseño de los medios interpretativos utilizando programas manejados para este fin como adobe ilustrador, photoshop. Los resultados de la prescripción de medios se presentó en una ficha, en la que consta el nombre del medio interpretativo, tipo, función, sala, modelo de exhibición interpretativa, leyenda, dimensiones/materiales/requerimientos, costos, mantenimiento y observaciones

## **5) Texto de apoyo**

La función de los textos es de ayudar a la descripción e ilustración de las ideas y conceptos que se propusieron en el guión, para los medios interpretativos.

## **6) Iluminación**

Se tomaron en cuenta tres fuentes básicas de iluminación: luz natural, luz incandescente y luz fluorescente.

Se definió la iluminación necesaria para la exposición de los medios interpretativos.

## **7) Procesos de producción**

Se tomó en cuenta los flujogramas y requerimientos necesarios para el centro de interpretación

### **c. Estructuración del estudio de Marketing**

Para la estructuración del estudio de Marketing se utilizó las estrategias del Marketing Mix: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

## **4. Determinación del estudio administrativo-legal del centro de interpretación**

- Para realizar el estudio administrativo legal del centro se consideró los siguientes puntos:
- Estructura orgánica funcional (organigramas y definición de áreas)
- Identificación del personal necesario para la operación del centro
- Establecimiento de un manual de funciones
- Elaboración de un manual de procedimientos
- Propuesta de reglamento interno
- Leyes y Reglamentos

## **5. Evaluar económica y financieramente al proyecto**

### **a. Elaboración del estudio económico**

Para elaborar el estudio económico se tomó en consideración los siguientes parámetros:

- Activo Fijo, Diferido y capital de trabajo
- Fuentes y usos del centro
- Clasificación de las inversiones
- Depreciación de activos fijos
- Amortización de diferidos
- Cálculo de pago de la deuda o amortización
- Presupuesto de costos y gasto
- Costos e ingresos del centro

- Estado proforma de resultados
- Balance general
- Flujo de caja del centro
- Punto de equilibrio

**b. Elaboración del análisis financiero**

Se trabajó en base al estudio de mercado y se identificarán los ingresos y egresos que arrojará el estudio técnico y económico.


La rentabilidad del proyecto se mostró tras el cálculo de los indicadores de rentabilidad, como son flujo de caja, relación coste /beneficio, VAN y TIR, y tiempo de recuperación del capital.

## VII. RESULTADOS

### A. VALIDACIÓN DE INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DEL ÁREA DE ESTUDIO

#### 1. Patrimonio cultural

Tabla 7-1 Ficha de inventario del patrimonio cultural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 01
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> GRUPO ÉTNICO DE ILAPO	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Etnográficas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Grupos Étnicos	
	
<b>Foto N°:</b> 01, Grupo étnico de Ilapo <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9829308	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 768396
<b>Nota:</b> Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS 84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Guano	<b>3.2 Distancia:</b> 16,7 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3548 msnm. <b>Fuente:</b> PDOT GADPR Ilapo.	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	

<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo.
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>
<p><b>Origen de la Población:</b> No se puede asegurar la fecha exacta de la fundación de la Parroquia Ilapo, pues no existen datos archivados ni registros históricos; sin embargo, se han realizado varias investigaciones, obteniendo los siguientes datos:</p> <p>Por el año de 1534 el español Juan Clavijo y Aranda, primo del corregidor de la Ciudad de Riobamba, viene desde Quito y en su paso funda diferentes parroquias como Pillaro, Patate, Pelileo, Quero y Tisaleo en la provincia de Tungurahua e Ilapo y Guano en la provincia de Chimborazo.</p> <p>Juan Clavijo y Aranda sabía que para fundar un pueblo era necesaria la existencia de fuentes de agua; entonces comprobó que en este lugar sí existían, por lo que procedió a la fundación de la parroquia precisamente en el sector donde habitaba una cultura o tribu llamada “LOS APOS”, quienes tenían un lugar o templo dedicado a la adoración a sus Dioses, el Sol y la Luna; de aquí proviene el nombre de Ilapo que se dio a la parroquia.</p> <p>Ilapo es uno de los pueblos que formaron parte de la cultura Puruhá que pasó luego a la dominación incaica y española. En 1569 aparece como encomienda de Martín de Mondragón su cacique Miguel de Arraizana, interviene en la escritura que otorgan los caciques para el establecimiento del convento Franciscano de Guano. Uno de los principales caciques de la región de Guano fue Don Marcos Cambal. Según Haro Alvear, era cacique de Coiche señor de Guano y conquistador de Ilapo. El mismo autor dice que se enterraron en el presbiterio de la iglesia de la Asunción los cadáveres del Regulo Cambal y de su familia. También habla de un Testamento (sin precisar fecha ni fuente documental) de este señor Cambal, del que afirma que es “El verdadero y principal fundador de la actual población de Guano por haber obsequiado el valle de su dominio para la fundación española, en 1575”.</p> <p><b>Fuente:</b> PDOT GADPR Ilapo</p>
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>
<p><b>Actividades Económicas</b> La Parroquia de Ilapo se dedica al cultivo y al comercio de cebolla, papas, maíz, chocho, arveja tierna, pino, eucalipto principalmente, además se dedican a la ganadería especializada en la producción de leche. Crían también cuyes, conejos ovinos y cerdos.</p> <p><b>Vestimenta</b> El vestido tradicional consiste en ropa occidentalizada, el traje tradicional solo lo conservan algunas mujeres y hombres adultos mayores en las comunidades y muy pocos jóvenes. Hoy en la actualidad la vestimenta de los varones adultos y jóvenes está totalmente adaptada al uso mestizo.</p> <p><b>Arquitectura</b> Sus viviendas antiguamente eran construidas con materiales de la zona como paja, tapial, teja y adobe. En la actualidad la mayoría de las construcciones son de cemento armado y otros materiales como el bloque, ladrillo, zinc y eternit. En su mayoría no realizan cerramientos de sus propiedades para conservar sus límites. Cabe mencionar que aún existen viviendas construidas con adobe, teja, cal y madera las cuales presentan una característica particular al tener un patio central en cada una de las casas antiguas encontradas en su mayoría en el centro de la parroquia Ilapo.</p> <p><b>Artesanías</b> No existe ningún grupo dedicado exclusivamente a la elaboración de artesanías.</p> <p><b>Comidas y Bebidas Típicas</b> Por ser una parroquia eminentemente agrícola sus habitantes consumen una parte de sus productos mientras que la otra es comercializada en la ciudad. En las fiestas o celebraciones tradicionales preparan platos típicos como papas con cuy asado, conejo de</p>



monte con papas, fritada, ají de cuy, ají de piedra, asado de ovino, dulce de capulí (Jucho), tortillas de zapallo, choclos con queso, avena y coladas de dulce.

### **Tradiciones**

Ilapo es una población que aún mantienen sus tradiciones propias como: El presta manos, el cual consiste en aportar con una ayuda económica o material especialmente en los matrimonios y velorios. La jocha, esta consiste en un tipo de aporte para las festividades de la parroquia y comunidades ya sea con aportes de dinero, intercambio de animales u otro tipo de aporte. La minga, esta consiste en labores que se ejecutan con participantes o comisiones de pobladores para la ejecución de una obra o acción concreta dentro de la parroquia. Organización de rodeos, Estos consiste en la organización de eventos de rodeo del chagra con concursos premiados como el Lazo, monta de toros, monta de potros, rescate de la princesa. Fiestas de parroquialización, estas consisten en organizar una serie de eventos como desfiles de la alegría con comparsas locales y provinciales, desfiles cívicos con autoridades parroquiales, cantonales y provinciales, presentaciones artísticas locales y nacionales, presentaciones de sainetes, obras de teatro u otras actividades organizadas por los propios pobladores de la parroquia. Algunas de sus principales celebraciones son: Semana Santa, La Capitanía, El mes de María, El corpus Cristi, Festividades del Patrono San Lucas, Navidad, Carnaval. En estas fiestas también se pueden observar eventos tales como Juegos deportivos, bailes populares, corridas de toros de pueblo, albazos, concursos de comparsas, chamarascas y caminatas.

### **Bautizo**

La familia elige al padrino o madrina por afinidad. Realizan la misa y después asisten a la fiesta donde se deleitan de la banda de música y comida típica.

### **Matrimonio**

Los padres del novio acompañan a su hijo al pedido de mano de su futura esposa, llevando un regalo al dar el sí se realiza el trámite correspondiente para el matrimonio Civil y luego el Eclesiástico.

### **Leyendas**

#### **Inapulo pueblo encantado:**

Cuenta la leyenda que pasó de generación en generación, que el actual pueblo de Ilapo era la ciudad de Inapulo donde había un reino muy rico, el palacio se encontraba a unos cinco metros de conde actualmente existe una cruz, todos eran felices, el príncipe se enamoró de una doncella pura y transparente la cual le correspondió, a este príncipe también lo amaba una hechicera que al enterarse enloqueció de celos, hechizó todo el reino dejándolo en completa obscuridad, a la doncella la dejo afuera del encanto y sin memoria, la hechicera escondió la llave debajo de una gran roca que en la antigüedad existía y que fue dinamitada para ver que se encontraba. Solo una joven de corazón noble y alma transparente podría desencantarla, en una noche de luna llena si tiene suerte y eres bueno al cerrar los ojos en la noche podrás mirar el reino encantado. Por: María Zúñiga.

#### **La caída de la Bruja:**

Comentó el señor Rosendo Guerrero Parra a sus amigos y allegados que un día que madrugó a las tres de la mañana a ver a su ganado en el camino que dicen los lobos de la comunidad cruz de Mayo, vio luces de colores y de inmediato se imaginó que era una bruja porque ya le habían comentado que por ese sector volaban ellas, decidió ver si era verdad o no, comenzó a rezar la oración con la que se caen las brujas acostándose en la tierra encima del machete en forma de cruz y efectivamente ella cayo, dicen que el señor que ya es fallecido, dijo en una mañana siguiente, cuando se dirigía a ver a sus animales, la bruja a la que hizo caer la encontró en la quebrada cerca del mismo sector y el señor no sabe como salió de allí, pero tal fue el susto que tubo que se quedó en su casa por más de dos meses y no volvió a madrugar. Por: Luis Montalvo.

#### **El Hueco del Onducto:**

Cuenta la gente que hace varios años atrás, cuando los moradores de la comunidad la Delicia descansaban luego de su trabajo agrícola a eso de la media noche algo los despertó a todos. Era un espantoso ruido todos corrieron despavoridos a la iglesia del lugar. Pedían a Dios que les proteja de todos los males. Un grupo de hombres armados con gran coraje decidió averiguar lo que en realidad

estaba sucediendo. Tomaron en sus manos palos y látigos y se fueron por el camino en medio de la noche, llegaron al borde de la montaña y sin que nadie se diera cuenta uno de los moradores había bajado y se encontró junto a la entrada de la cueva todos los llamaron pero el hombre no hizo caso. Cuando empezaba a amanecer, el espantoso ruido que salía del interior de la cueva empezó a desaparecer. Desde lo alto del monte, los asustados hombres miraban en la entrada de la cueva, yacía un cuerpo, era don Luis Llongo. Corrieron en su auxilio y lo encontraron inconsciente, tendieron un poncho, lo cargaron hacia la comunidad. Llegaron y los moradores se aglomeraron a preguntar qué sucedía. Nadie daba razón, tenían que reanimar a don Luis, todos lloraban pensando que su líder estaba muerto. Poco a poco fue reaccionando y lo primero que le preguntaron fue que le sucedió?; Contó que vio a miles de hombrecillos que trabajaban al mando de un hombre alto y robusto que al momento de dar órdenes despedía grandes lenguas de fuego. Desde aquel día los habitantes del lugar piensan que las piedras talladas fueron utilizadas en la construcción de la iglesia de San Francisco de Quito.

### **Religión**

La población práctica la religión católica casi en su totalidad; existiendo grupos minoristas de otras religiones.

**Fuente:** Trabajo de campo, Revista Ilapo historia, gente y cultura, PDOT GADPR Ilapo.

### **4.7 Permisos y Restricciones**

Ninguno

### **Valor extrínseco**

### **4.8 Usos:**

#### **4.8.1 Usos actuales:**

El grupo étnico de Ilapo en la Actualidad se dedica a las labores cotidianas antes mencionadas.

#### **4.8.2 Usos potenciales:**

Se podrían organizar actividades de intercambio cultural con turistas extranjeros

#### **4.8.3 Necesidades turísticas:**

Realizar planes para el desarrollo de actividades culturales, prospecciones arqueológicas, investigaciones históricas, fortalecimiento del sistema turístico de la parroquia, capacitar guías turísticos nativos para que puedan impartir los conocimientos de la Parroquia a los turistas.

### **4.9 Impactos**

#### **4.9.1 Impactos Positivos:**

Fortalecimiento de la identidad cultural por parte de la población de Ilapo. Promover el turismo responsable y ecológico.

#### **4.9.2 Impactos Negativos:**

Migración

### **5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:**

#### **5.1 Estado:** Alterado

#### **5.2 Causas:**

La parroquia Ilapo conserva en mayor parte sus tradiciones en las que se admira cada una de sus manifestaciones culturales.

### **6. ENTORNO:**

#### **6.1 Entorno:** Deteriorado

#### **6.2 Causas:**

Existe un nivel alto de contaminación por desechos sólidos y productos agroquímicos en los alrededores de la parroquia Ilapo.

### **7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.**

#### **7.1 Tipo:** Terrestre


#### **7.2 Subtipo:** Asfalto

<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno		<b>7.4 Transporte:</b> Existe la cooperativa de transporte San Lucas, la parada es en la plaza Dávalos de la ciudad de Riobamba.
<b>7.5 Frecuencias:</b> de 6 am a 19 horas. Cada 1 hora.		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Ninguna		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> parcialmente		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Iglesia de San Lucas de Ilapo		<b>10.2 Distancia:</b> 0 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	8
	c) Entorno	5
	d) Estado de Conservación y/o organización	6
<b>APOYO</b>	a) Acceso	8
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	4
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		50
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

Tabla 7- 1. Ficha de inventario del patrimonio cultural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 02
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> IGLESIA DE SAN LUCAS DE ILAPO	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura religiosa	
	
Foto N°: 02, Iglesia de San Lucas de Ilapo      Por: Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9829286	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 768380
Nota: Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Guano	<b>3.2 Distancia:</b> 16,7 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3548 msnm. <b>Fuente:</b> PDOT GADPR Ilapo.	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PD OT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Su construcción es de origen neoclásico, con un diseño innovador en cuanto a arquitectura religiosa se refiere, cuenta con vitrales y en su interior se puede apreciar obras de arte religioso, entre ellas la imagen de su Patrono San Lucas.	

<p>No se conoce exactamente la fecha en la que la imagen del patrono San Lucas llegó a la parroquia Ilapo pero la historia que se cuenta por los moradores de la parroquia es similar a la de otros pueblos del Ecuador. Se dice que la imagen pasaba por el sector y se quedaron los romeriantes a descansar para continuar en horas de la madrugada. Cuando llegó el momento de partir, los hombres quisieron cargar la imagen pero estaba tan pesada que incluso con ayuda de los moradores del sector no podían levantarla, cuentan que sus romeriantes mandaron a celebrar una misa en su honor para ver si se alivianaba, pero no dio resultado. Al pasar varios días en las mismas circunstancias entendieron que la imagen debía quedarse allí, es así que ofrecieron limosnas (se la adquirió). La solemne fiesta del patrono del pueblo, San Lucas, se realiza el 18 de Octubre de cada año.</p> <p><b>Fuente:</b> Revista Ilapo historia, gente y cultura, PDOT GADPR Ilapo.</p>	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
<p>La iglesia es moderna, tiene aproximadamente de 50 a 60 años de construcción, cuenta con una esbelta torre donde se encuentra el campanario. Cuentan sus moradores que la campana es de la construcción anterior, la que se derrumbó casi por completo después de un terremoto quedando solo el altar de San Lucas intacto y sin ningún daño. A su costado se encuentra un convento construido en piedra, este aún conserva su original antigüedad.</p> <p><b>Fuente:</b> Trabajo de campo, Revista Ilapo historia, gente y cultura, PDOT GADPR Ilapo.</p>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Se debe consultar al párroco de la iglesia para ingresar fuera de horarios de misa, de lo contrario no existe ninguna restricción.	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para toda celebración litúrgica de la fe católica.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, apreciar su arte religioso, participar de las misas, recorrer sus instalaciones innovadoras, conocer su proceso de construcción y su historia.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Colocar basureros para conservar limpio su entorno, investigar más a fondo su historia.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conocimiento de su historia, conservación de su patrimonio, generación de empleo en la localidad.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, deterioro de sus instalaciones.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
No se encuentra alterado, gracias al cuidado y buen mantenimiento de su estructura ya que los pobladores están al pendiente porque para ellos tiene un gran valor religioso.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Conservado	
<b>6.2 Causas:</b>	
En su entorno se puede apreciar pequeños jardines, bancas para el descanso de los transeúntes y viviendas que conservan su forma tradicional.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto y adoquín
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Existe la cooperativa de transporte San

	Lucas, la parada es en la plaza Dávalos de la ciudad de Riobamba.	
<b>7.5 Frecuencias:</b> de 6 am a 19 horas. Cada 1 hora.	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año	
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Ninguna		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Cuenta con señalética.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> parcialmente		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Grupo étnico de Ilapo	<b>10.2 Distancia:</b> 0 km.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o organización	5
<b>APOYO</b>	a) Acceso	9
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		35
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

Tabla 7- 2 Ficha de inventario cultural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 03
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Centro histórico de Ilapo	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Históricas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Arquitectura	
	
Foto N°: 03, Centro histórico de Ilapo <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9829354	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 768435
<b>Nota:</b> Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Guano	<b>3.2 Distancia:</b> 16,7 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3548 msnm. <b>Fuente:</b> Levantamiento de campo, altímetro barométrico GPS.	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, sector centro parroquial.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
El centro histórico de Ilapo ha sido construido con materiales propios de la zona como es el bahareque, adobe, piedra, madera, combinándolo en la actualidad con ladrillo, bloque y hierro. Las	

paredes de algunas de las viviendas son hechas a base de piedra rectangular, el centro histórico de Ilapo constituye una de las pocas muestras de arte mestizo ecuatoriano de la época colonial, siendo su eslabón entre el pasado el presente y el futuro; símbolos de sencillez, austeridad y nobleza de un pueblo pujante y progresista.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En los alrededores del centro histórico de Ilapo, se puede observar cultivos de papa, cebollas, y hortalizas en general así como también potreros con ganadería del sector. Una característica singular es que algunas de sus viviendas cuentan con una forma de herradura con un patio central que permite el desarrollo de varias actividades propias del día a día. Así como también conforman una zona de esparcimiento familiar. Otra de sus características es que las viviendas en su mayoría no cuentan con cerramientos, lo cual permite apreciar las formas constructivas de cada una de las viviendas patrimoniales del centro histórico.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No existen pero es importante identificarse y comunicar a los habitantes que se desea visitar el sector.	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente el centro histórico no se usa como tal, algunas de sus viviendas se encuentran abandonadas e inhabitadas, lo cual incrementa su estado de deterioro.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, interpretación arquitectónica, apreciar el entorno, realizar caminatas diurnas y nocturnas, paseos en bicicleta, paseos en cuadricars o motocicletas, construcción de museos, centros de interpretación, hoteles parroquiales o comunitarios, restaurantes, residencias y más.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Elaboración de un inventario detallado de bienes patrimoniales muebles e inmuebles de Ilapo, señalización, restauración de las viviendas patrimoniales, diseño de medios interpretativos, elaboración de un plan de recuperación del patrimonio arquitectónico de Ilapo.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Recuperación del patrimonio, incremento de la economía local, difusión de su historia y tradiciones, fortalecimiento de la cultura mestiza.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, destrucción del patrimonio.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Debido a que no existe una regulación de las construcciones ni de la pintura usada o materiales de constructivos, dejando que varias viviendas sean intervenidas sin cuidar del patrimonio arquitectónico.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe contaminación por desechos sólidos en el sector y cultivos y ganadería intensiva.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Existe la cooperativa de transporte San




		Lucas, la parada es en la plaza Dávalos de la ciudad de Riobamba.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Todos los días de 6 am a 19 horas, cada 1 hora.		<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>		
Ninguna		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Vía de acceso cercana.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Si existe		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> Si existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> Parcialmente		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Iglesia de San Lucas de Ilapo		<b>10.2 Distancia:</b> 0 Km
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	11
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
<b>APOYO</b>	a) Acceso	10
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	5
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		50
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Trabajo de campo.

Tabla 7- 3Ficha de inventario del patrimonio cultural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 04
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Rodeo del Chagra Ilapeño	
<b>1.6 Categoría:</b> Manifestaciones Culturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Acontecimientos Programados	
<b>1.8 Subtipo:</b> Rodeos	
	
<b>Foto N°:</b> 04, Rodeo del Chagra Ilapeño <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9829308	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 768396
<b>Nota:</b> Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Guano	<b>3.2 Distancia:</b> 16,7 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3548 msnm. <b>Fuente:</b> PDOT GADPR Ilapo.	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
El rodeo del Chagra se realiza en diferentes comunidades de la parroquia de Ilapo durante las festividades de parroquialización o en las fiestas del patrono San Lucas. Consiste en la realización	

de diferentes actividades montando un caballo debidamente equipado con los implementos típicos del Chagra, así como también la vestimenta del propio Chagra, esta consta siempre de poncho, sombrero, bufanda, espuelas, botas y Zamarro. El caballo debe tener siempre la veta de cuero para el lazo y la montura.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En el evento se realizan actividades como el rescate de la princesa, concursos de laso, monta de potros y toros, carrera de barriles, exhibición de caballos.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
Ninguno	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Eventos organizados en las fiestas de parroquialización y las fiestas de San Lucas.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se podrían organizar actividades de intercambio cultural con turistas extranjeros, construcción de un museo de la Cultura del Chagra.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Realizar planes para el desarrollo de actividades culturales, Construcción de un museo de la cultura del Chagra.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Fortalecimiento de la identidad cultural por parte de la población de Ilapo. Promover el turismo responsable y ecológico.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Migración	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> No alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
La tradición de los Chagra se conserva bien en la actualidad.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe un nivel alto de contaminación por desechos sólidos y productos agroquímicos en los alrededores de la parroquia Ilapo.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Asfalto
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Bueno	<b>7.4 Transporte:</b> Existe la cooperativa de transporte San Lucas, la parada es en la plaza Dávalos de la ciudad de Riobamba.
<b>7.5 Frecuencias:</b> de 6 am a 19 horas. Cada 1 hora.	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año
<b>7.7 Observaciones:</b>	


Ninguna		
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Vías adecuadas		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> entubada		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> parcialmente		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Centro histórico de Ilapo.		<b>10.2 Distancia:</b> 0 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Provincial		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	12
	b) Valor extrínseco	12
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
<b>APOYO</b>	a) Acceso	6
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	4
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	
	b) Provincial	4
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		46
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

## 2. Patrimonio natural

**Tabla 7- 4**Ficha de inventario del patrimonio natural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 05
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador de los volcanes	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montañas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Colinas	
	
<b>Foto N°:</b> 05, Mirador de los volcanes <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9833038	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 768763
<b>Nota:</b> Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Ilapo	<b>3.2 Distancia:</b> 7,5 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3882 msnm. <b>Fuente:</b> Levantamiento de campo altímetro barométrico GPS	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Saguazo	


Cruz de Mayo.	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En los alrededores se puede observar cultivos de papa, y potreros con ganadería del sector. Algunas plantas que se encuentran en el sector, son taraxaco, quishuar, polilepys, chilca, ortiga, muelan, lengua de vaca, matico, hierba mora.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No existen	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para la colocación de antenas de señal de celular con operadoras como Claro y Movistar.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, apreciar el entorno, realizar interpretación sobre la tecnología usada en las antenas y el funcionamiento de los medios de comunicación inalámbricos para instituciones educativas, senderismo, descensos en bicicleta de montaña, descensos en cuatriciclos o motocicletas.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Colocar basureros para conservar limpio su entorno, implementar medio de interpretación.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conocimiento del entorno paisajístico, conservación de la zona, reducción de la contaminación por desechos sólidos.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo, erosión.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Se encuentra alterado, debido a la presencia de antenas para la señal celular construidas por empresas de telecomunicaciones como Claro y Movistar. Así como también que no existe vegetación nativa abundante puesto que los cultivos y ganadería han alcanzado la cota del mirador natural.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe contaminación por desechos sólidos en el sector.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tierra
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> No existe transporte hacia el sector del mirador.
<b>7.5 Frecuencias:</b> ninguna	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Vía de acceso hasta la cima del mirador		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> No existe		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Laguna Yanacocha Chica		<b>10.2 Distancia:</b> 1,12 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
<b>APOYO</b>	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		
Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

Tabla 7- 5 Ficha de inventario del patrimonio natural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 06
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador de Ilapo	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montañas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Colinas	
	
Foto N°: 06, Mirador de Ilapo <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9832093	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 767563
Nota: Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Ilapo	<b>3.2 Distancia:</b> 7,5 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3956 msnm. <b>Fuente:</b> Levantamiento de campo altímetro barométrico GPS	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Cenicahuan	




<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En los alrededores se puede observar cultivos de papa, y potreros con ganadería del sector. Algunas plantas que se encuentran en el sector, son taraxaco, quishuar, polilepys, chilca, ortiga, muelan, lengua de vaca, matico, hierba mora.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No existen	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para la colocación de antenas de señal de celular con operadoras como Claro y Movistar y para antenas de señal de televisión como Ecuavisa.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, apreciar el entorno, realizar interpretación sobre la tecnología usada en las antenas y el funcionamiento de los medios de comunicación inalámbricos para instituciones educativas, senderismo, descensos en bicicleta de montaña, descensos en cuadríciclos o motocicletas.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Colocar basureros para conservar limpio su entorno, implementar medio de interpretación.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conocimiento del entorno paisajístico, conservación de la zona, reducción de la contaminación por desechos sólidos.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo, erosión.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Se encuentra alterado, debido a la presencia de antenas para la señal celular construidas por empresas de telecomunicaciones como Claro, Movistar y Ecuavisa. Así como también que no existe vegetación nativa abundante puesto que los cultivos y ganadería han alcanzado la cota del mirador natural.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe contaminación por desechos sólidos en el sector.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tierra
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> No existe transporte hacia el sector del mirador.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Vía de acceso hasta la cima del mirador	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	

<b>9.1 Agua:</b> No existe		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> si		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Laguna Yanacocha Chica		<b>10.2 Distancia:</b> 3,6 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
<b>APOYO</b>	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		
Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

Tabla 7- 6 Ficha de inventario del patrimonio natural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 07
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing.Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Mirador de bellavista	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Montañas	
<b>1.8 Subtipo:</b> Colinas	
	
<b>Foto N°:</b> 07, Mirador de Bellavista <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9830443	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 769624
<b>Nota:</b> Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Ilapo	<b>3.2 Distancia:</b> 2,7 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3700 msnm. <b>Fuente:</b> Curvas de nivel Instituto Espacial Ecuatoriano IEE	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Sector de la Cabecera Parroquial	


<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuaairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En los alrededores se puede observar cultivos de papa, y potreros con ganadería del sector.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No existen pero es importante identificarse y comunicar a los comuneros que se desea visitar el sector.	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para el pastoreo de ganado bovino y para cultivos de la zona como papa y cebolla.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, apreciar el entorno, realizar senderismo, caminatas, descensos en bicicleta de montaña, descensos en cuatriciclos o motocicletas.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Diseñar un sendero par la visitación del lugar, colocar basureros para conservar limpio su entorno, implementar medio de interpretación.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conocimiento del entorno paisajístico, conservación de la zona, reducción de la contaminación por desechos sólidos.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo, erosión.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Se encuentra alterado, debido a los cultivos y ganadería que han alcanzado la cota del mirador natural.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe contaminación por desechos sólidos en el sector.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tierra
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> No existe transporte hacia el sector del mirador.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Vía de acceso cercana a la cima del mirador	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	
<b>9.1 Agua:</b> No existe	

<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Centro histórico de Ilapo		<b>10.2 Distancia:</b> 3,8 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	5
	b) Valor extrínseco	5
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
<b>APOYO</b>	a) Acceso	3
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		25
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía I		
Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

Tabla 7- 7Ficha de inventario del patrimonio natural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 08
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Cocha Yanacocha Chica	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Ambiente Lacustre	
<b>1.8 Subtipo:</b> Cochas	
	
Foto N°: 08, Cocha Yanachoca Chica <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9833054	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 768165
Nota: Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Ilapo	<b>3.2 Distancia:</b> 5,8 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3814 msnm. <b>Fuente:</b> Levantamiento de campo, altímetro barométrico GPS.	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Saguazo Cruz de Mayo.	

<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	
Forma un paisaje muy atractivo, sus aguas desembocan formando una hermosa quebrada, alrededor de la laguna también se encuentran pequeñas ciénegas dificultando un poco el aproximarse a su orilla, entre las especies de flora existen: pajonales, cachos de venado. Entre las especies de fauna se puede observar colibríes, gligles, y anfibios.	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En los alrededores se puede observar cultivos de papa, y potreros con ganadería del sector. En el podemos encontrar viviendas típicas de la zona, caminos de acceso, aves de la zona.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No existen pero es importante identificarse y comunicar a los comuneros que se desea visitar el sector.	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para el riego de las zonas de pastoreo de ganado bovino y para cultivos como papa y cebolla.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, apreciar el entorno, realizar senderismo, caminatas, descensos en bicicleta de montaña, descensos en cuadricars o motocicletas, observación de anfibios, Interpretación ambiental.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Diseñar un mirador para la cocha, colocar basureros para conservar limpio su entorno, implementar medio de interpretación y señalética turística.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conocimiento del entorno paisajístico, conservación de la zona, reducción de la contaminación por desechos sólidos.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo, erosión.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Se encuentra alterado, debido a los cultivos y ganadería que han alcanzado la zona de la cocha.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe contaminación por desechos sólidos en el sector.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tierra
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> No existe transporte hacia el sector de la cocha.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>	
Vía de acceso cercana.	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>	


<b>9.1 Agua:</b> No existe		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Mirador de los volcanes		<b>10.2 Distancia:</b> 1,12 km.
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	6
	c) Entorno	4
	d) Estado de Conservación y/o organización	3
<b>APOYO</b>	a) Acceso	4
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	3
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		31
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.



Tabla 7- 8 Ficha de inventario del patrimonio natural

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b> Grace Vásquez	<b>1.2 Ficha N°:</b> 09
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b> Ing. Catalina Guerrero	<b>1.4 Fecha:</b> 10-04-2014
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b> Quebrada del Machay	
<b>1.6 Categoría:</b> Sitios Naturales	
<b>1.7 Tipo:</b> Rio	
<b>1.8 Subtipo:</b> Manantial o Fuente	
	
Foto N°: 09, Quebrada del Machay <b>Por:</b> Gustavo Torres	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b> Chimborazo	<b>2.2 Cantón:</b> Guano
<b>2.3 Parroquia:</b> Ilapo	
<b>2.4 Latitud (Coord_Y):</b> 9831631	<b>2.5 Longitud (Coord_X):</b> 766771
Nota: Sistema de coordenadas UTM, Datum: WGS_84	
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO.</b>	
<b>3.1 Nombre del Poblado:</b> Ilapo	<b>3.2 Distancia:</b> 5 km
<b>Valor Intrínseco</b>	
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO.</b>	
<b>4.1 Altitud referencial:</b> 3670 msnm. <b>Fuente:</b> Levantamiento de campo, altímetro barométrico GPS.	
<b>4.2 Rango de temperatura:</b> 6°C – 18°C <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b> < 500 mm anuales <b>Fuente:</b> PDOT: GADM Guano.	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo.</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Cenicahuan	
<b>4.5 Descripción del Atractivo.</b>	

<p>Forma un paisaje muy atractivo, la humedad de la zona produce la existencia de vertientes de agua que han sido aprovechadas para el abastecimiento de agua de consumo humano en varios sectores del cantón Guano, formando una hermosa quebrada, se encuentran pequeñas ciénegas, entre las especies de flora existen: pajonales, cachos de venado, quishuar, caumal, espino blanco, chamana, chispil, cabuya negra, sigse, guanto, chilca, ficondo, pajilla, marco, piquil, ortiga, muelan, chaglica, wila, lengua de vaca, matico, paja curiugsha, pucunero, hierba mora, verbena, sanjillo. Entre las especies de fauna se puede observar colibríes, aves de distintos colores, anfibios, conejos, perdiz, lobo de paramo, tórtolas, mirlos, wiragchuro, chucuri, rapoza, lagartijas, cullan, quillipe, charotos, quindes, cullanes, golondrinas, solitario, pájaro ocioso, pucungo.</p>	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b>	
En los alrededores se puede observar cultivos de papa, y potreros con ganadería del sector. En el podemos encontrar viviendas típicas de la zona, caminos de acceso, flora y fauna nativa.	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	
No existen pero es importante identificarse y comunicar a los comuneros que se desea visitar el sector.	
<b>Valor extrínseco</b>	
<b>4.8 Usos:</b>	
<b>4.8.1 Usos actuales:</b>	
Actualmente se usa para la captación de agua de consumo humano, el riego de las zonas de pastoreo de ganado bovino y para cultivos como papa y cebolla.	
<b>4.8.2 Usos potenciales:</b>	
Se puede tomar fotografías, apreciar el entorno, realizar senderismo, caminatas, descensos en bicicleta de montaña, descensos en cuadrícars o motocicletas, observación de anfibios, Interpretación ambiental, observación de aves, interpretación de plantas medicinales, interpretación sobre el manejo de micro cuencas para estudiantes.	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas:</b>	
Diseñar un sendero para la quebrada, colocar basureros para conservar limpio su entorno, implementar medio de interpretación y señalética turística.	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos Positivos:</b>	
Conocimiento del entorno paisajístico, conservación de la zona, reducción de la contaminación por desechos sólidos, conservación de la flora y fauna del sector, conservación de las fuentes de agua.	
<b>4.9.2 Impactos Negativos:</b>	
Acumulación de desechos sólidos, compactación del suelo, erosión.	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b> Alterado	
<b>5.2 Causas:</b>	
Se encuentra alterado, debido a los cultivos y ganadería que han alcanzado la zona de la quebrada.	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b> Deteriorado	
<b>6.2 Causas:</b>	
Existe contaminación por desechos sólidos en el sector y cultivos y ganadería intensiva.	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO.</b>	
<b>7.1 Tipo:</b> Terrestre	<b>7.2 Subtipo:</b> Tierra
<b>7.3 Estado de las Vías:</b> Malo	<b>7.4 Transporte:</b> No existe transporte hacia el sector de la quebrada.
<b>7.5 Frecuencias:</b> Ninguna	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b> todo el año.
<b>7.7 Observaciones:</b>	
Ninguna	

<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS.</b>		
Vía de acceso cercana.		
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA.</b>		
<b>9.1 Agua:</b> Si existe		
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b> No existe		
<b>9.3 Alcantarillado:</b> No existe		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del Atractivo:</b> Mirador de Ilapo	<b>10.2 Distancia:</b> 6,7 km.	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b> Local		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
<b>CALIDAD</b>	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	10
	c) Entorno	6
	d) Estado de Conservación y/o organización	4
<b>APOYO</b>	a) Acceso	4
	b) Servicios	0
	c) Asociación con otros atractivos	4
<b>SIGNIFICADO</b>	a) Local	2
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
<b>TOTAL</b>		40
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		
Jerarquía II		
Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.		

**Realizado por:** Grace Vásquez

**Fuente:** PDOT GADPR Ilapo, Revista Ilapo Historia gente y cultura, trabajo de campo.

### 3. Resumen del patrimonio cultural y natural identificado en el área de estudio

**Tabla 7- 9. Cuadro resumen del inventario del patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo**

CUADRO RESUMEN DEL INVENTARIO DEL PATRIMONIO CULTURAL Y NATURAL DE LA PARROQUIA ILAPO									
No	Atractivo identificado	Categoría	Tipo	Subtipo	Variables para la valorización			TOTAL	Jerarquía
					Calidad	Apoyo	Significado		
1	Grupos étnicos de Ilapo	Manifestaciones culturales	Etnografías	Grupos étnicos	34	12	4	50	II
2	Iglesia de san Lucas de Ilapo	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura religiosa	21	12	2	35	II
3	Centro histórico de Ilapo	Manifestaciones culturales	Históricas	Arquitectura	31	15	4	50	II
4	Rodeo del chagra Ilapeño	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Rodeos	31	10	4	46	II
5	Mirador de los volcanes	Sitios naturales	Montañas	Colinas	17	6	2	25	I
6	Mirador de Ilapo	Sitios naturales	Montañas	Colinas	17	6	2	25	I
7	Mirador de bellavista	Sitios naturales	Montañas	Colinas	17	6	2	25	I
8	Cocha yanacocha chica	Sitios naturales	Ambientes lacustres	Cochas	22	7	5	31	II
9	Quebrada del Machay	Sitios naturales	Rio	Manantial o Fuente	30	8	2	40	II

**Elaborado por:** Grace Vásquez. 2014

**Fuente:** Investigación de campo

## **B. VIABILIDAD COMERCIAL PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN**

### **1. Determinación del universo**

Para determinar la audiencia se consideró a los turistas extranjeros que visitan la estación del tren de la ciudad de Riobamba y la Reserva de Producción Faunística Chimborazo. Así como también la población local de Riobamba económicamente activa.

#### **a. Total población económicamente activa**

**Tabla 7- 10. Total de población**

<b>POBLACIÓN ECONOMICAMENTE ACTIVA DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA</b>	
Personas económicamente activas	41122
<b>TOTAL</b>	<b>41122</b>

**Fuente:** INEC, 2010.

**Elaborado por:** Grace Vásquez

#### **b. Total de turistas extranjeros que visitan el cantón Riobamba**

**Tabla 7- 11. Total de turistas extranjeros**

<b>TURISTAS EXTRANJEROS</b>	
Reserva de producción de fauna Chimborazo	9634
Estación del tren	8382
<b>TOTAL</b>	<b>18016</b>

**Fuente:** R.P.F.CH 2013/ Estación del Tren, 2013.

**Elaborado por:** Grace Vásquez.

## 2. Determinación de la muestra

Para el cálculo de la muestra para el segmento la población de Riobamba económicamente activa , se utilizó un margen de error del 0,08%, se aplicó 119 encuesta en la ciudad de Riobamba (Anexo 1) y 119 para turistas extranjeros (Anexo 2), a continuación se presenta la fórmula utilizada y los cálculos.

La fórmula a empleada fue la propuesta por Cannavos:

$$n = \frac{N.(p.q)}{(N-1)\left(\frac{e}{k}\right)^2 + (p.q)}$$

Dónde:

**n:** tamaño de la muestra

**N:** universo de estudio

**e:** margen de error o precisión admisible (0,08%)

**z:** nivel de confianza (depende de la varianza)

**p:** probabilidad de ocurrencia (0.5)

**q:** probabilidad de no ocurrencia (0.5)

### **a. Población económicamente activa de Riobamba.**

$$n = \frac{41122 * (0.5 * 0.5)}{(41122 - 1) * (0.08/1,75)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

**n = 119 encuestas**

- b. **Turistas extranjeros que visitan la estación del tren y la reserva de producción de fauna Chimborazo.**

$$n = \frac{18016 * (0.5 * 0.5)}{(18016 - 1) * (0.08/1.75)^2 + (0.5 * 0.5)}$$

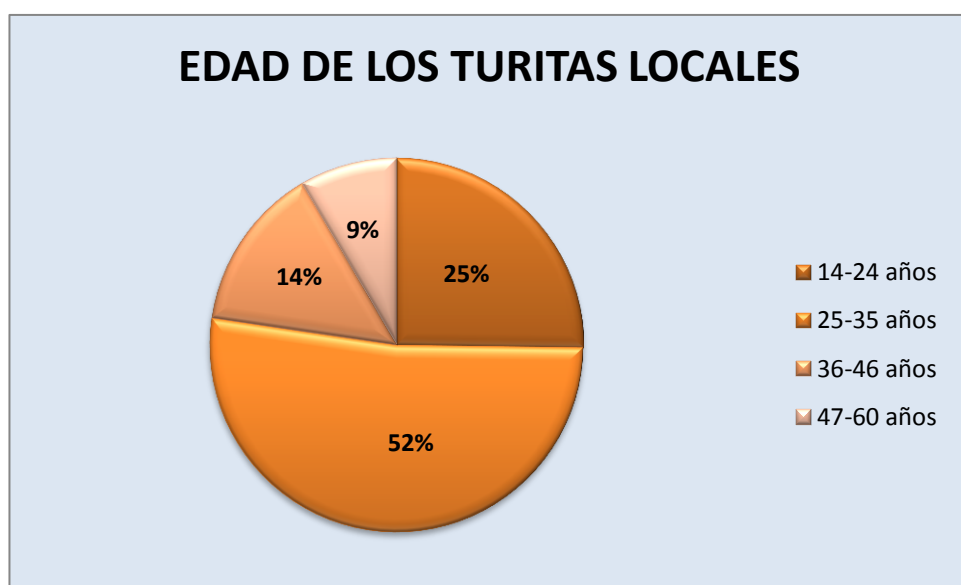
**n = 119 encuestas**

### 3. Caracterización de la demanda

Una vez calculada la muestra se procedió aplicar las encuestas en la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo la toma de información se realizó en la ciudad de Riobamba, en el centro de la ciudad, parque sucre, parque Maldonado. Se aplicó el muestreo aleatorio simple.

#### c. **Demanda población local económicamente activa de Riobamba**

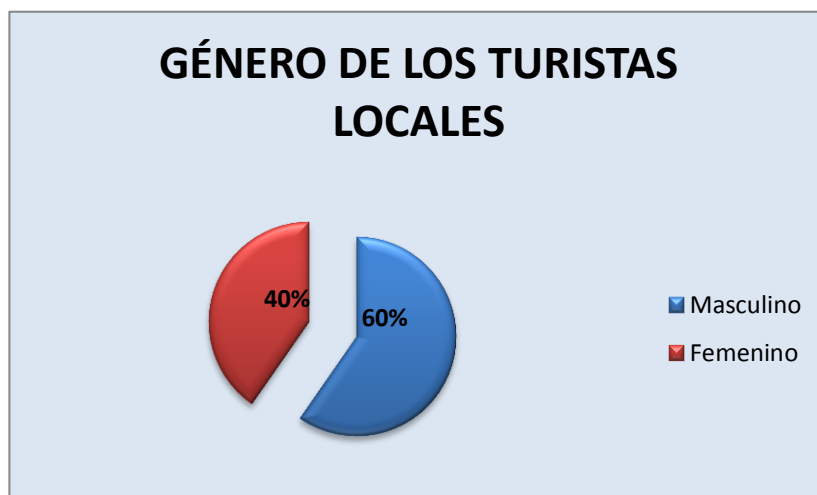
##### 1) **Edad de los turistas locales**



**Figura 7- 1 Edad de los turistas locales**

La edad de la audiencia es: el 52% de 25 a 35 años, el 25 % de 14 a 24 años, el 14% se refiere a 36 – 46 años.

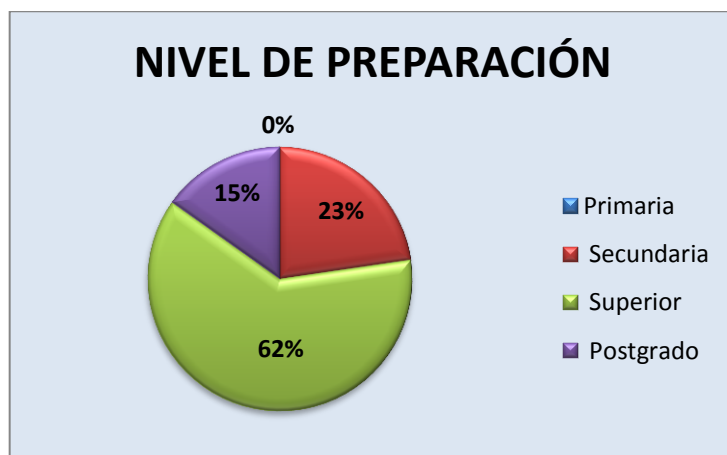
## 2) Género de los turistas locales



**Figura 7- 2** Género de los turistas locales

Según el gráfico, el género de la audiencia que visitará Ilapo es: con el 60 % masculino y con el 40% femenino.

## 3) Nivel de preparación

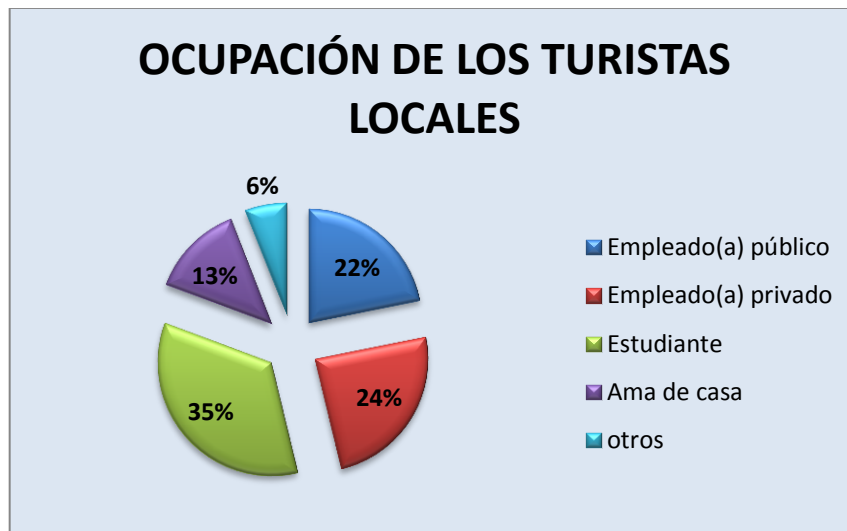


**Figura 7- 3.** Nivel de preparación



Según el gráfico el nivel de preparación de los visitantes es: 62% el nivel de preparación es Superior, 23 % Secundaria y 15% Postgrado.

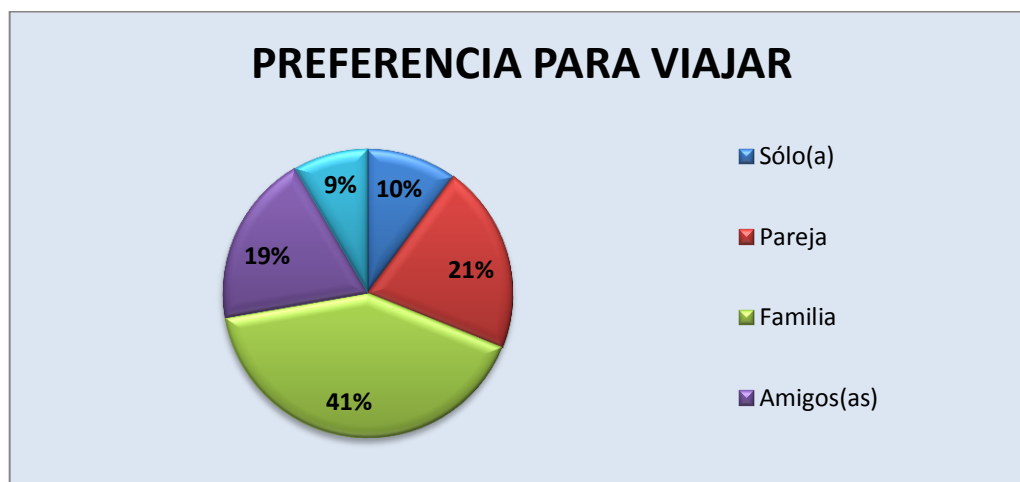
#### 4) Ocupación de los turistas locales



**Figura 7- 4. Ocupación de los turistas locales**

La mayoría de encuestados son estudiantes con un porcentaje de 35%, seguido por las personas que son empleados privados con un 24%, con un 22% están los empleados públicos.

#### 5) Preferencia para viajar



**Figura 7- 5. Preferencia para viajar**

Generalmente los visitantes que viajan o visitan un lugar: el 40% en familia, el 19% con amigos, el 21 % en pareja.

#### 6) Número de personas que viajan

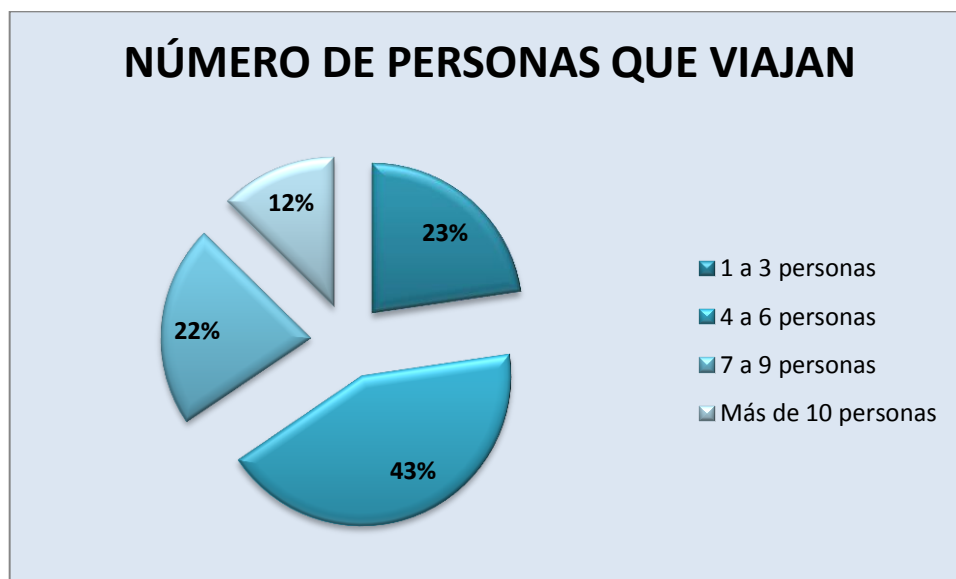


Figura 7- 6. Número de personas que viaja

Los visitantes generalmente viajan o visitan un lugar: 43% de 4 a 6 personas, el 23% de 1 a 3 personas, el 22% de 7 a 9 personas, el 12% más de 10 personas.

#### 7) Interés por conocer la parroquia Ilapo



Figura 7- 7. Interés por conocer la parroquia Ilapo

La mayoría de las personas están interesadas en conocer la parroquia Ilapo con un 68%.

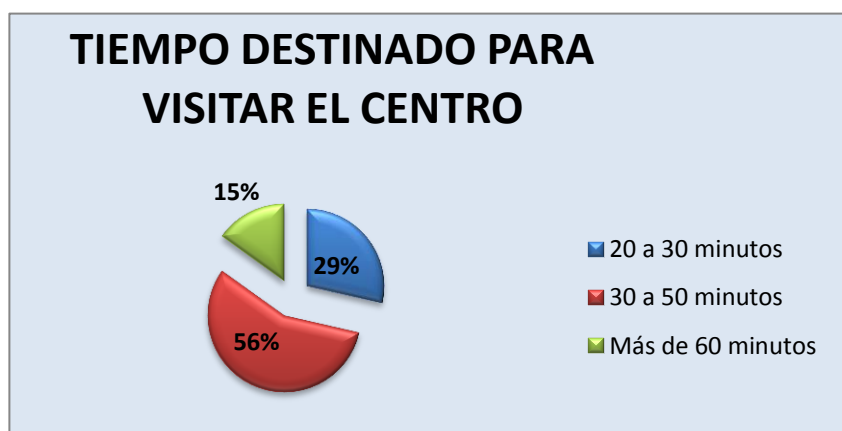
#### 8) Interés por contar con un centro de interpretación en la parroquia Ilapo



**Figura 7- 8. Interés por contar con un centro de interpretación en la parroquia Ilapo.**

La mayoría de las personas están interesadas en que se implemente un centro de interpretación en la parroquia Ilapo con un 62% de aceptación

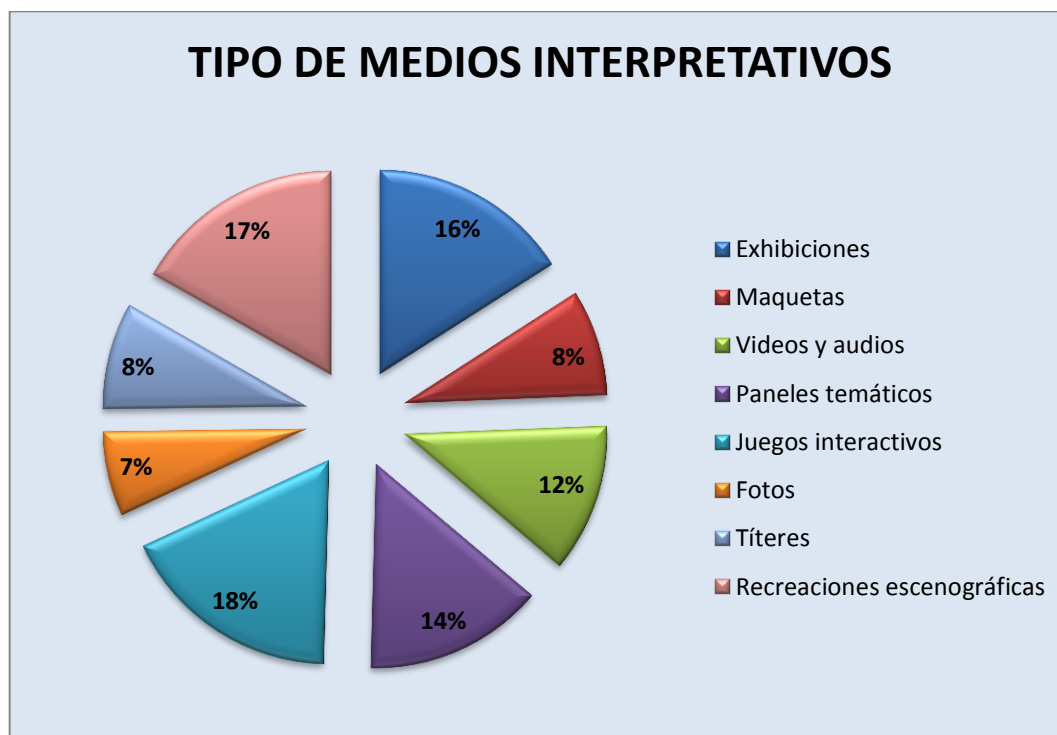
#### 9) Tiempo destinado para visitar el centro de interpretación



**Figura 7- 9. Tiempo destinado para visitar el centro de interpretación**

Según el gráfico, Las personas encuestadas estiman que el tiempo de visita para el Centro de Interpretación es de: 20 a 30 min el 29 %, de 30 a 50 min el 56 % y más de 60 min el 15%.

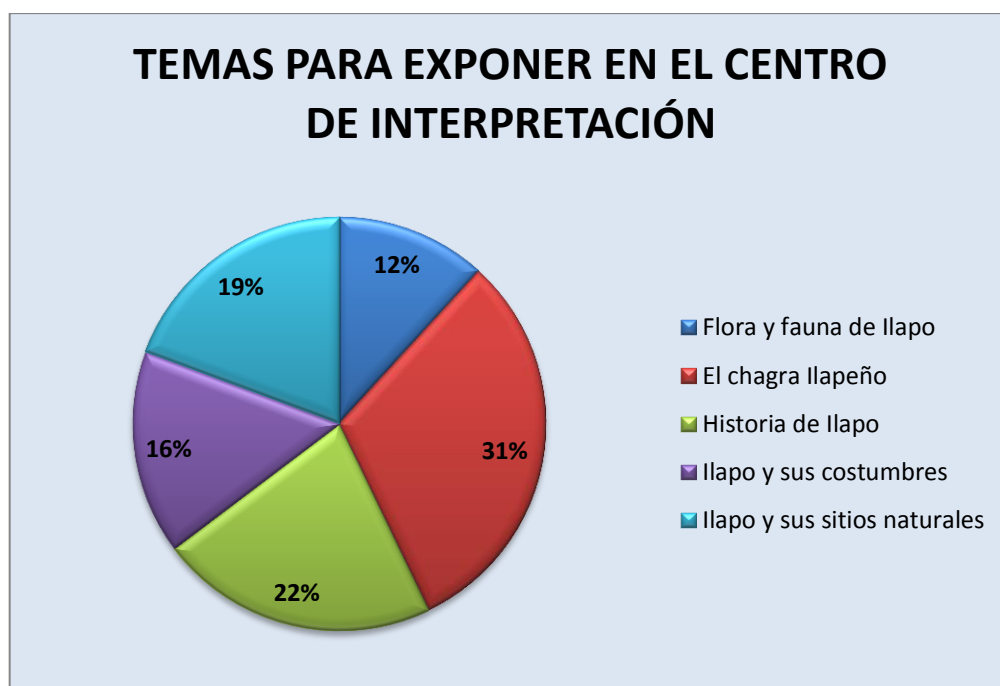
#### 10) Medios interpretativos de preferencia para el centro de interpretación



**Figura 7- 10. Medios interpretativos**

Los visitantes prefieren medios interpretativos como: juegos interactivos con el 18%, seguido de recreaciones escenográficas con el 17%, paneles temáticos 14%, exhibiciones el 16%, videos y audios 12%.

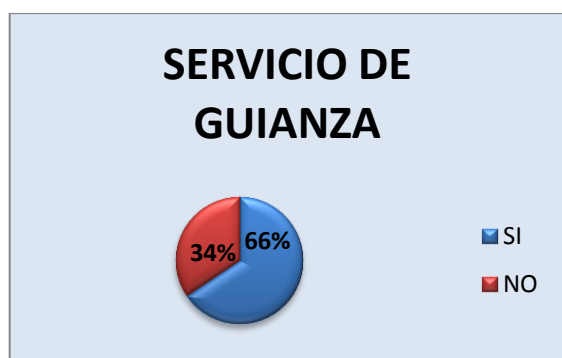
### 11) Temas de interés para el centro de interpretación



**Figura 7- 11. Temas para el centro de interpretación**

La mayoría de encuestados les interesa como temas para el centro de interpretación con un 31% el chagra de Ilapo, 22% historia de Ilapo, 19% Ilapo y sus sitios naturales.

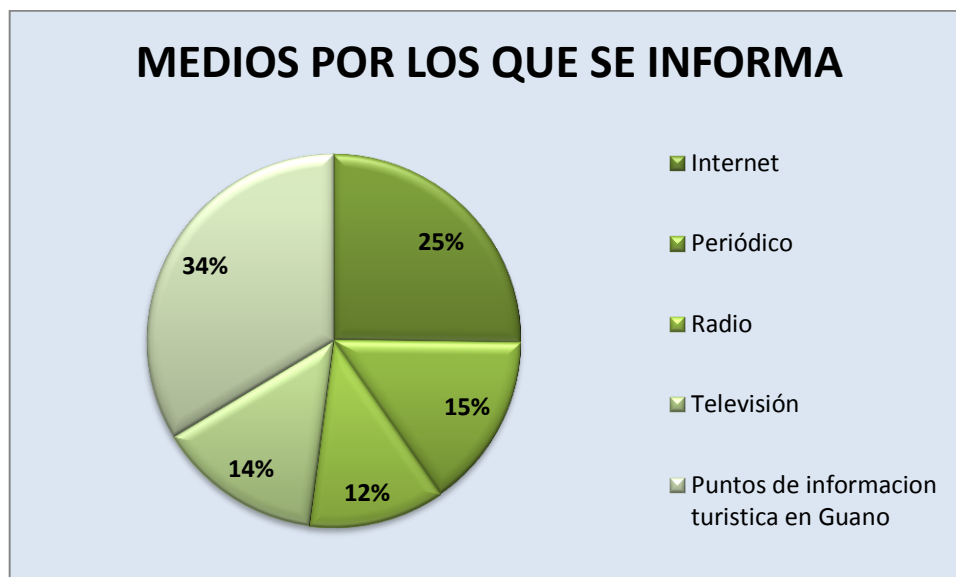
### 12) Servicio de guianza en el centro de interpretación



**Figura 7- 12. Guianza**

El 66% de los visitantes proponen que el centro de interpretación sea Guiado, mientras que el 34% piensa que no debe ser guiado.

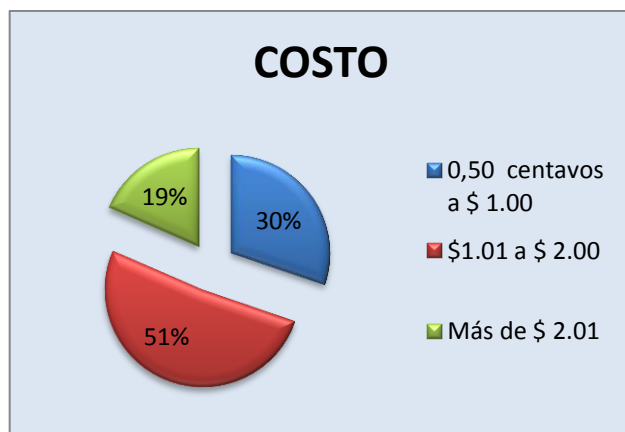
### 13) Medios de información



**Figura 7- 13. Medios de información**

Los medios por los que las personas que visitan Ilapo se informan de acontecimientos son: Internet 25 %, Periódico 15 %, televisión 14%, radio 12%, y puntos de información ubicados en Guano el 34%.

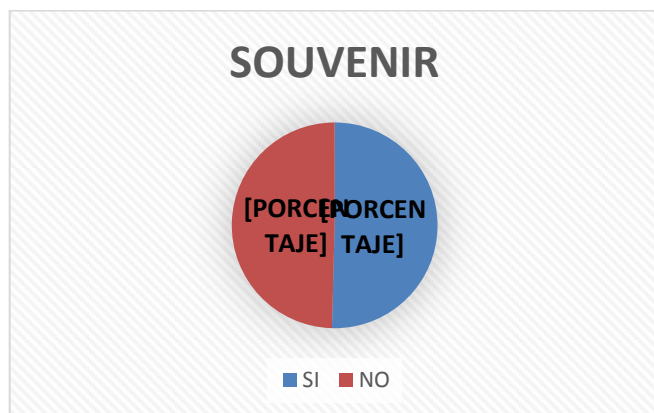
### 14) Capacidad de gasto del visitante



**Figura 7- 14. Costo por la visita al centro de interpretación**

Las personas que visitan estiman que el costo para la visita al Centro de Interpretación de Ilapo de ser: el 30 % de 0,50 a 1,00 dólar , el 51 % de 1, 01 a 2,00 dólares y el 19% más de 2 dólares .

#### 15) Interés 'de comprar o adquirir alguna artesanía o souvenir



**Figura 7- 15. Souvenir**

Según el gráfico, la audiencia que visitará el centro de interpretación está de acuerdo en adquirir un souvenir que se lo venderá en el mismo.

#### d. Demanda de turistas extranjeros

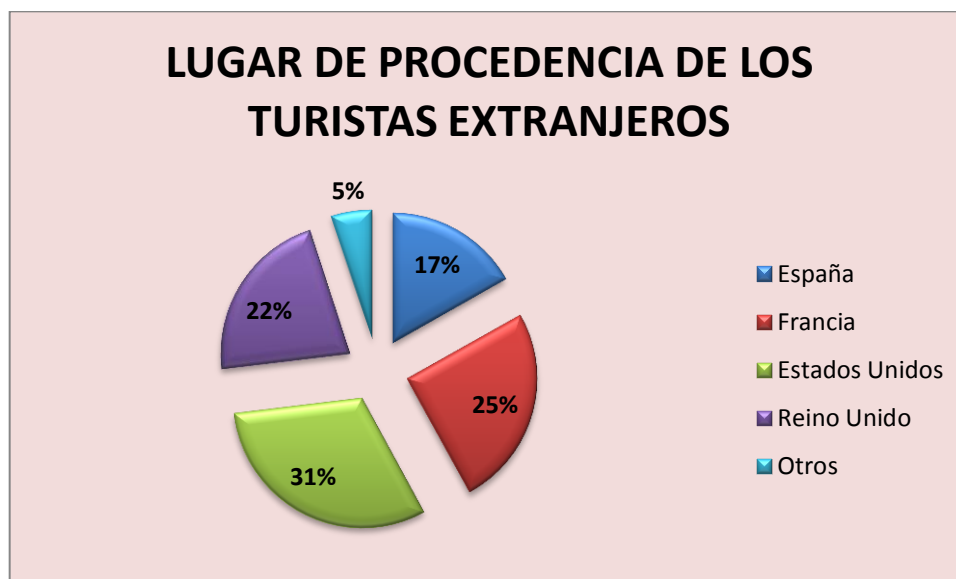
##### 1) Género de turistas extranjeros



**Figura 7- 16. Género de los turistas extranjeros**

Según el gráfico, el género de la audiencia que visitará Ilapo es: con el 55% masculino y con el 45% femenino.

## 2) Lugar de procedencia de los turistas extranjeros



**Figura 7- 17. Lugar de procedencia de los turistas extranjeros**

Los Turistas Extranjeros son de Estados Unidos con el 31%, seguido por Francia con el 25% luego Reino Unido con el 22%, España con el 17%

## 3) Ocupación de los turistas extranjeros

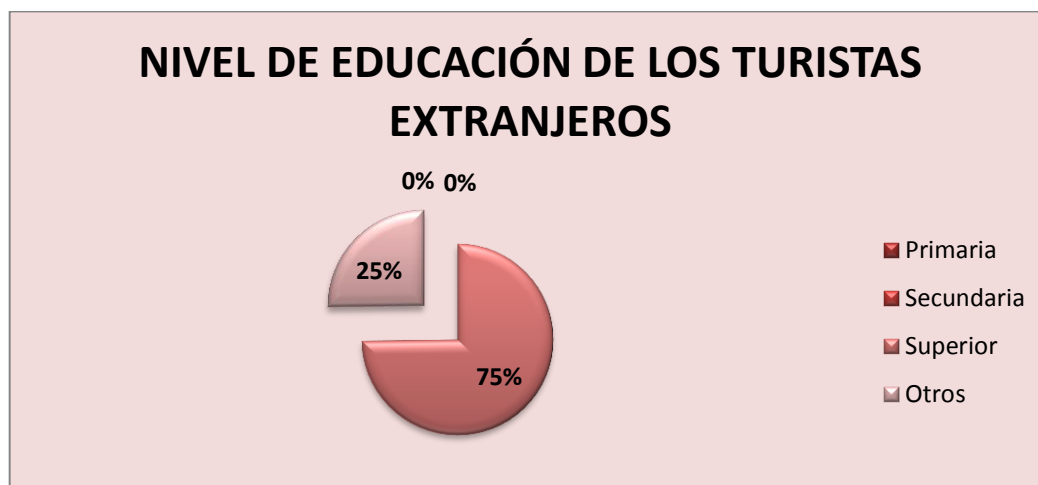


**Figura 7- 18. Ocupación de los turistas extranjeros**



Los turistas extranjeros su ocupación de ser Profesionales con el 52%, seguido de Estudiante con el 38% y otros con el 10%

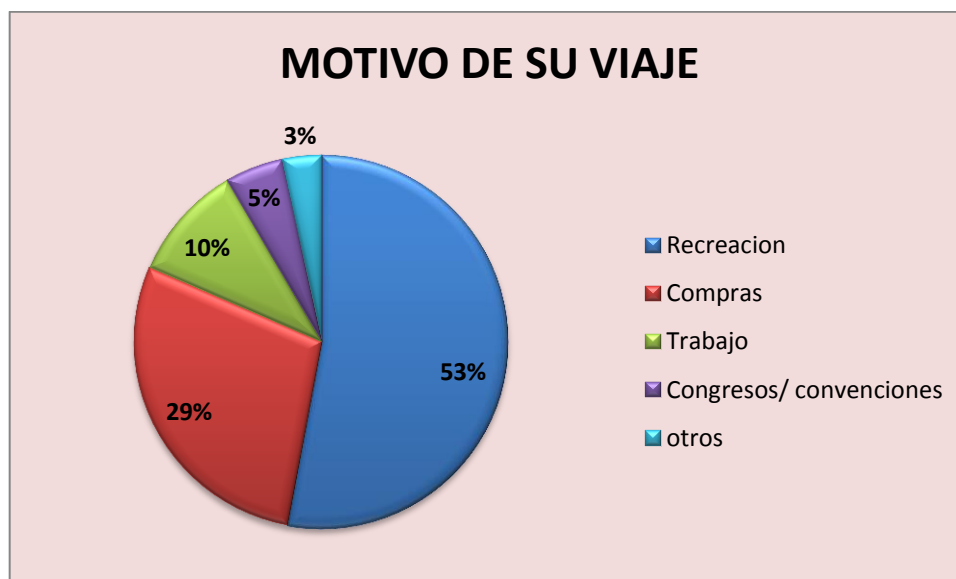
#### 4) Nivel de educación los turistas extranjeros



**Figura 7- 19. Nivel de educación de los turistas extranjeros**

El nivel de educación de los encuestados es de superior con el 75% y el de 25% tiene otro nivel de estudios.

#### 5) Motivo de su viaje



**Figura 7- 20. Motivo de su viaje**

Los Turistas Extranjeros en un alto porcentaje su viaje es por recreación con el 53% y por compras que desean realizar con el 29%.

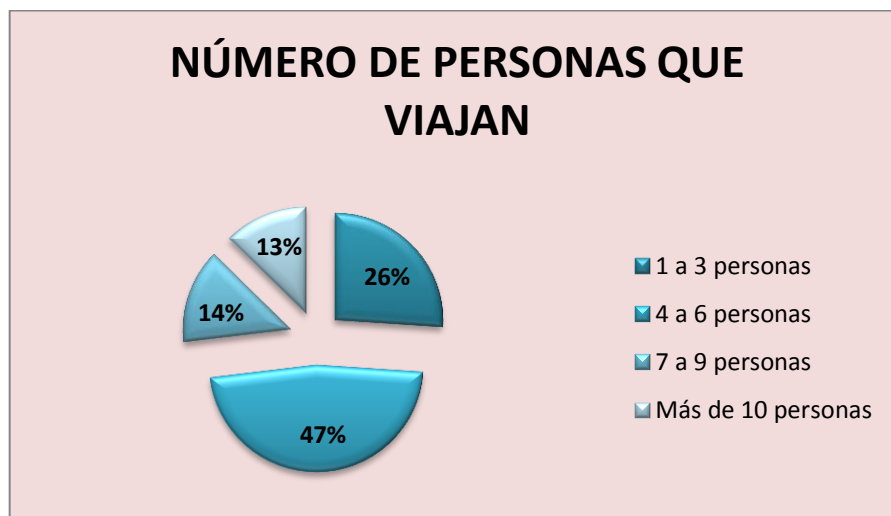
#### 6) Preferencia para viajar



Figura 7- 21. Preferencia para viajar

Los Turistas visitan la ciudad de Riobamba en su mayoría son en familia con el 39%, amigos 29%, solos el 19%.

#### 7) Número de personas con las que viaja



**Figura 7- 22. Número de personas que viaja**

Los turistas generalmente viajan o visitan un lugar: 47% de 4 a 6 personas, el 26% de 1 a 3 personas, el 14% de 7 a 9 personas, el 13% más de 10 personas.

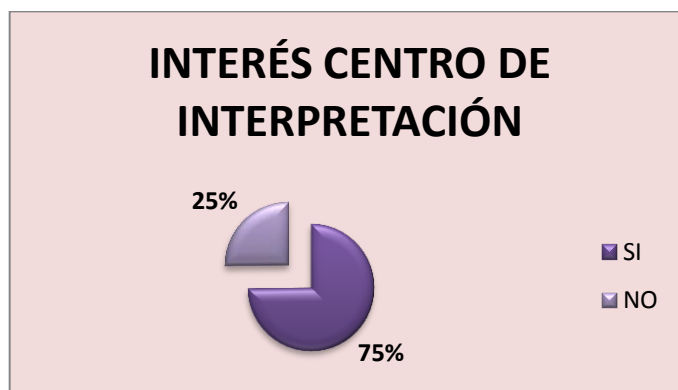
**8) Interés por conocer la parroquia Ilapo**



**Figura 7- 23. Interés por conocer la parroquia Ilapo**

La mayoría de los turistas están interesados en conocer la parroquia Ilapo con un 61%.

**9) Centro de interpretación cultural y natural**



**Figura 7- 24. Centro de interpretación de patrimonio cultural y natural**

La mayoría de los turistas están interesados en visitar un centro de interpretación en la parroquia Ilapo con un 75% de aceptación

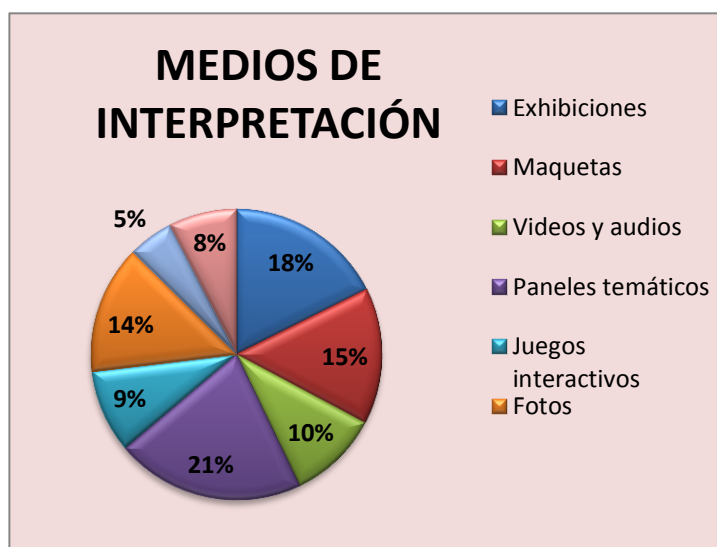
#### 10) Tiempo destinado para visitar



**Figura 7- 25. Tiempo destinado para visitar el centro de interpretación**

Según el gráfico, los turistas encuestados estiman que el tiempo de visita para el Centro de Interpretación es de: 20 a 30 min el 30%, de 30 a 50 min el 47 % y más de 60 min el 23%.

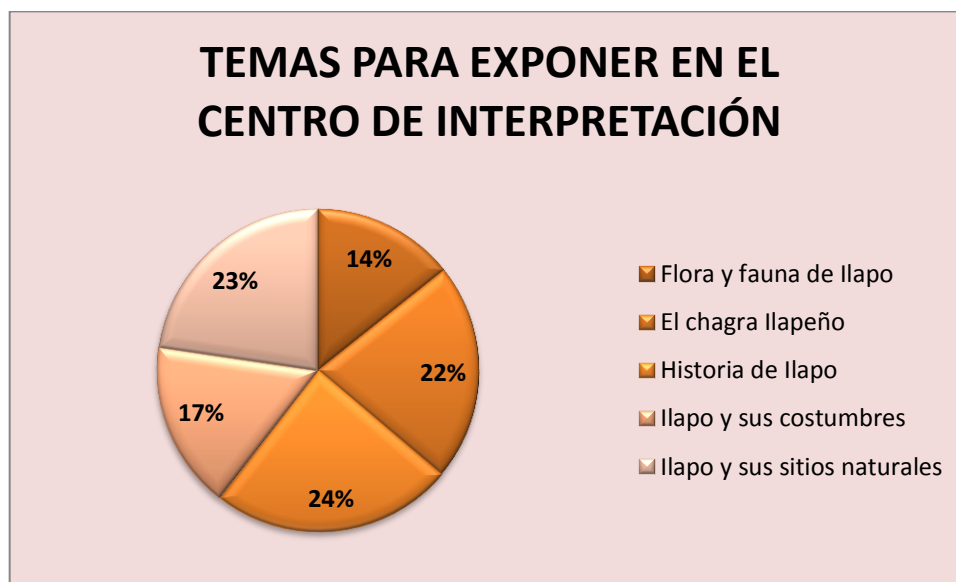
#### 11) Medios interpretativos



**Figura 7- 26. Medios interpretativos**

Los turistas prefieren medios interpretativos como: paneles tematicos con el 21%, seguido de exhibiciones con el 18%, maquetas 15%, fotos el 14%, videos y audios 10%.

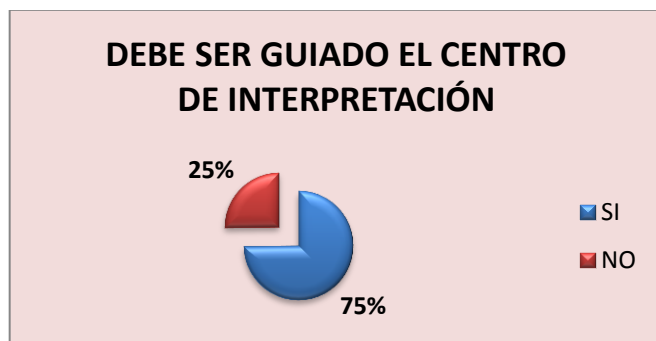
## 12) Temas para el centro de interpretación



**Figura 7- 27. Temas para el centro interpretativo**

La mayoría de turistas les interesa como temas para el centro de interpretación con un 24% historia de Ilapo, 22% el chagra ilapeño, 23 % Ilapo y sus sitios naturales.

## 13) Guianza



**Figura 7- 28. Guianza**

El 75% de los turistas proponen que el centro de interpretación sea Guiado, mientras que el 25% piensa que no debe ser guiado.

#### 14) Guía bilingüe



**Figura 7- 29. Guía bilingüe**

El 66% de los turistas opina que el centro debe contar con un guía bilingüe.

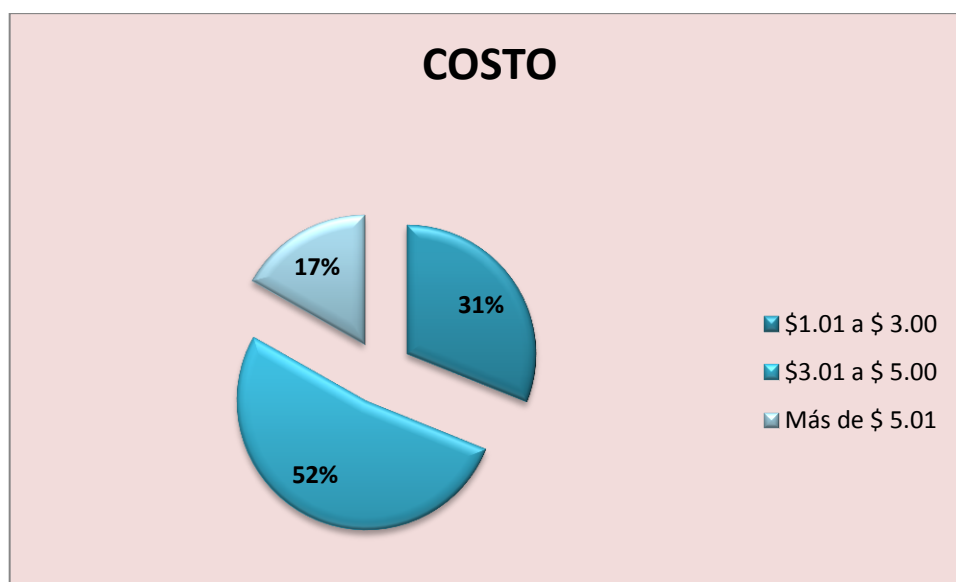
#### 15) Medios de difusión



**Figura 7- 30. Medios de difusión**

Los medios por los que los turistas que visitan Ilapo se informarían de acontecimientos: Internet 24 %, puntos de información ubicados en Guano el 19%, puntos de información ubicados en Riobamba 26%, revistas o guías turísticas 13%.

## 16) Capacidad de gasto



**Figura 7- 31. Costo por la visita**

Los turistas que visitan estiman que el costo para la visita al Centro de Interpretación de Ilapo de ser: el 52 % de 3,01 a 5,00 dólares, el 31 % de 1, 01 a 3,00 dólares.

### e. Perfil del turista local

De acuerdo con las encuestas realizadas la población económicamente activa de Riobamba se encuentran en un rango de edad entre los 25 a 35 años (52%), en su mayoría de género masculino (60%), quienes están interesados en visitar la parroquia Ilapo (68%), quienes están interesados en visitar un centro de interpretación que muestre el patrimonio cultural y natural de la parroquia (62%) por el lapso de 1 hora (56%), creen que los recorridos deberían ser realizados por guías (66%) y estarían dispuestos a pagar \$2 por este servicio (51%), el medio por el que desean recibir información acerca del centro de interpretación son puntos de información en Guano(34%) e internet (24%). Desean que en el centro de interpretación se contenga medios interpretativos como son: juegos interactivos (18%), seguido de recreaciones escenográficas (17%), paneles temáticos (14%), exhibiciones (16%), videos audios (12%).

#### f. Perfil del turista extranjero

Mediante el análisis de las encuestas aplicadas a turistas extranjeros que visitan la Reserva de Producción Faunística Chimborazo y la estación del tren en su mayoría son de género masculino (55%), , mayoritariamente son de origen Estadounidense (31%) su motivo de viaje es recreación (53%), y compras (29%). Están interesados en visitar un centro de interpretación que muestre el patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo (75%) y el tiempo que tendrán para recorrerlo es de 1 hora (47%). Creen que sería necesaria la presencia de un guía bilingüe con quien puedan recorrer el centro de interpretación (66%), el costo que estaría dispuesto a pagar por la entrada es de \$ 5 (52%); los medios o materiales informativos preferirían que sea puntos de información en la ciudad de Riobamba (26%), puntos de información en Guano (19%), internet (24%).

#### g. Proyección de la demanda potencial

El procedimiento utilizado para realizar la proyección de la demanda potencial tanto de visitantes locales y de turistas extranjeros es el Método de Incremento Compuesto. La fórmula es:  $C_n = C_0(1+i)^n$ , teniendo en cuenta que el índice de crecimiento turístico es de 6,5%, identificando un 62% de aceptación en los excursionistas; en turistas nacionales y extranjeros el 75%.

$41122 * 0,62 = 25,496$  Visitantes locales

$18016 * 0,75 = 13,512$  Turistas extranjeros

**Tabla 7- 12. Proyección de la demanda para los próximos 5 años**

PROYECCIÓN DEMANDA POTENCIAL			
AÑO	VISITANTE LOCAL	TURISTA EXTRANJERO	TOTAL
(0)2014	25496	13512	39008
(1)2015	27153	14390	41544
(2)2016	30798	16322	47120
(3)2017	37202	19716	56918
(4)2018	50970	25364	76334
(5)2019	69834	34751	104585

**Fuente:** Grace Vásquez  
Trabajo de campo



### h. Proyección de la oferta

La proyección de la oferta se realizó con la cantidad aproximada de clientes que realizan turismo comunitario en la provincia de Chimborazo, con una tasa de crecimiento del 6,5%. La fórmula aplicada es: La fórmula es:  $C_n = C_o (1+i)^n$ .

**Tabla 7- 13. Proyección de la oferta**

PROYECCIÓN DE LA OFERTA	
(0)2014	970
(1)2015	1033
(2)2016	1171
(3)2017	1415
(4)2018	1820
(5)2019	4540

**Fuente:** Grace Vásquez  
Trabajo de campo

### i. Demanda insatisfecha proyectada

Para calcular la demanda insatisfecha se resta la oferta potencial de la demanda potencial para poder obtener la demanda objetiva.

**Tabla 7- 14. Demanda insatisfecha**

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA			
AÑO	DEMANDA POTENCIAL	OFERTA POTENCIAL	DEMANDA INSATISFECHA
2014	39008	970	38038
2015	41544	1033	40511
2016	47120	1171	45949
2017	56918	1415	55503
2018	76334	1820	74514
2019	104585	4540	100045

**Fuente:** Grace Vásquez  
Trabajo de campo

### j. Demanda objetiva

Para calcularla demanda objetiva se tomó el 30% de la demanda insatisfecha ya que con esto, se puede iniciar con el funcionamiento del proyecto turístico.

**Tabla 7- 15. Demanda objetiva**

AÑO	INSATISFECHA	OBJETIVA (30%)
2014	38038	11411
2015	40511	12153
2016	45949	13785
2017	55503	16651
2018	74514	22354
2019	100045	30014

**Fuente:** Grace Vásquez  
Trabajo de campo

### a. Número de clientes proyectados para los 5 próximos años

Para conocer el número de clientes proyectados se enfocó en la demanda objetivo, la cual se calculó con el 30% de la demanda insatisfecha, de ahí se proyectó para los 5 años, de esta manera se conoció el número de clientes anuales, mensuales, semanales y diarios.

**Tabla 7- 16. Número de clientes**

AÑO	ANUAL	MENSUAL	SEMANAL	DIA
2014	11411	951	238	31
2015	12153	1013	253	33
2016	13785	1149	287	38
2017	16651	1388	347	46
2018	22354	1863	466	61
2019	30014	2501	625	82

**Fuente:** Grace Vásquez  
Trabajo de campo

## C. VIABILIDAD TÉCNICA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL CENTRO DE INTERPRETACIÓN

### 1. Diseño de la infraestructura física

#### a. Tipo de muestra museográfica

El tipo de muestra museográfica seleccionada para este centro de interpretación es de tipo interpretativo, la cual se ajusta a los resultados obtenidos en el análisis de audiencia.

En cuanto al tiempo será una exposición permanente, y su contenido fundamentalmente girará en torno al patrimonio cultural e histórico de la zona de estudio.

### 2. Localización del proyecto

#### a. Macro localización

El centro de interpretación se implementará en: país: Ecuador; provincia: Chimborazo; cantón: Guano; parroquia: Ilapo.

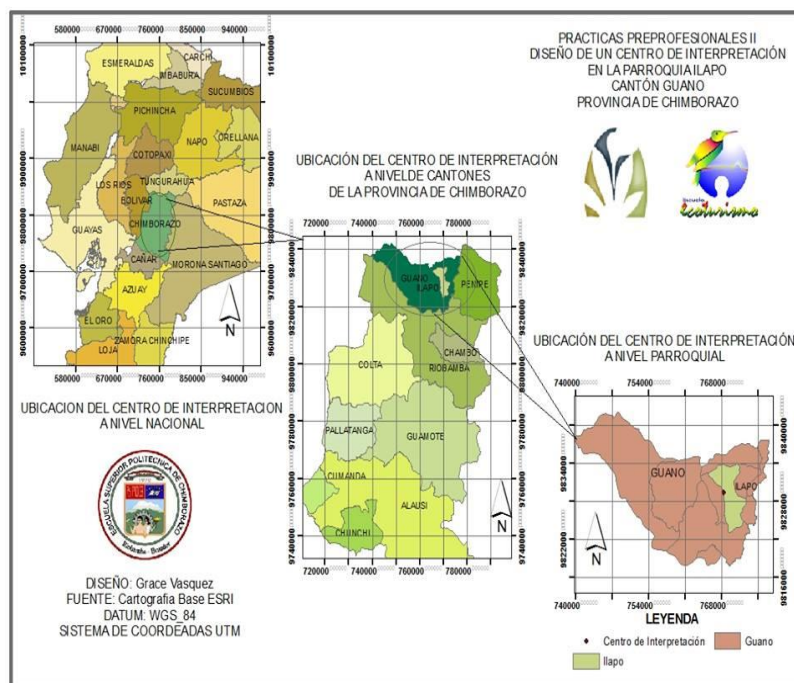


Figura 7- 32. Mapa de macrolocalización del centro de interpretación

### **b. Micro localización**

El “Centro de Interpretación del Patrimonio Cultural y Natural de Ilapo” se implementará en el cantón Guano, en la zona de la parroquia Ilapo, en el centro de la parroquia.

### **c. Tamaño del proyecto**

Con toda la información alcanzada se procedió a determinar el tamaño del centro, considerando: Número de salas, la infraestructura, el diseño museográfico, tipología de la construcción y diseño técnico arquitectónico.

### **d. Número de clientes proyectado**

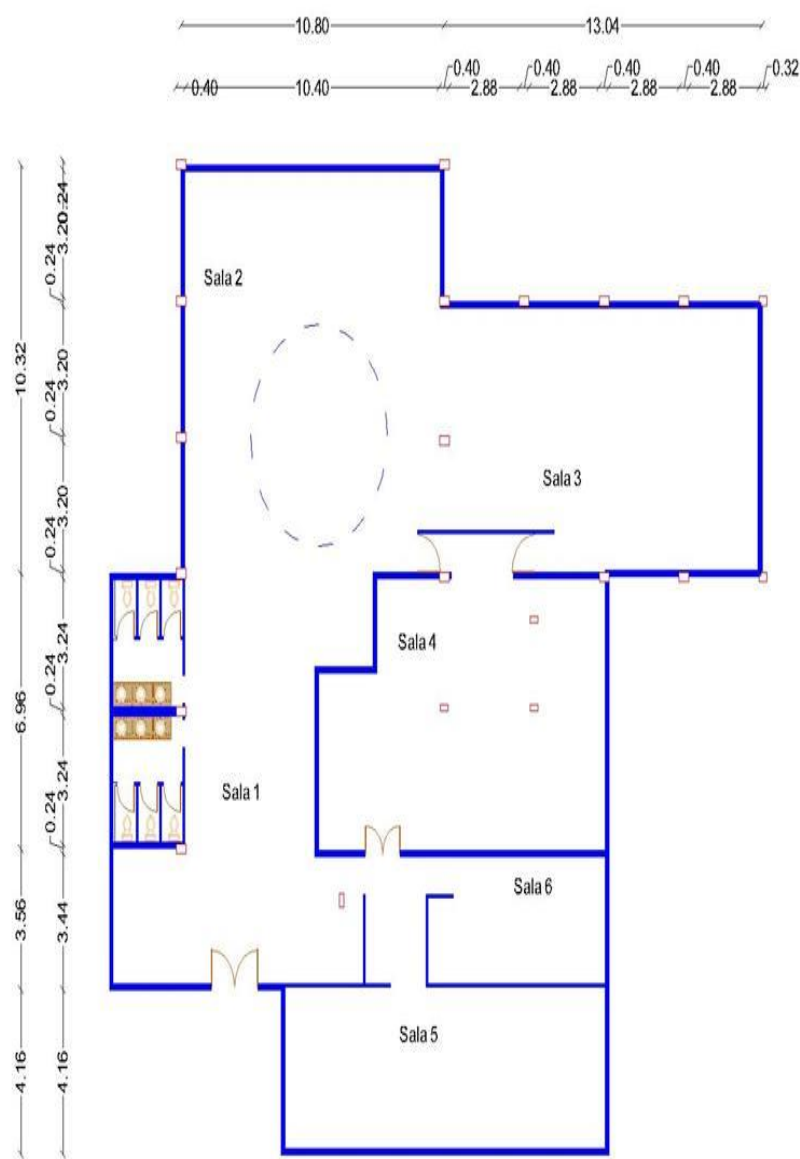
Para determinar el tamaño del proyecto, se enfocó la demanda potencial (visitantes y turistas extranjeros) que es el número de población de Riobamba económicamente activa según el último censo y los turistas extranjeros que visitan la reserva de fauna Chimborazo, estación del tren. La cual se calculó con el 30% de la demanda insatisfecha; ya que es la expectativa del proyecto para iniciar con su funcionamiento. Se proyectó para cinco años posteriores de la apertura del Centro de Interpretación; obteniendo proyecciones anuales, mensuales, semanales y diarias.

**Tabla 7- 17. Número de clientes**

<b>AÑO</b>	<b>ANUAL</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>SEMANAL</b>	<b>DIA</b>
2014	11411	951	238	31
2015	12153	1013	253	33
2016	13785	1149	287	38
2017	16651	1388	347	46
2018	22354	1863	466	61
2019	30014	2501	625	82

**Fuente:** Grace Vásquez  
Trabajo de campo

### e. Diseño arquitectónico



**Figura 7- 33. Plano de las salas del centro de interpretación**

### f. Definición de las áreas del centro

El centro interpretativo se divide en varias áreas, las cuales son: Área de recepción y bienvenida, área administrativa, área de contabilidad, área de mantenimiento, seguridad y limpieza.

### g. Distribución y esquematización de salas

De acuerdo al estudio técnico realizado, las salas que se implementaran para el centro de interpretación de Ilapo serán las siguientes:

#### 1) Sala de bienvenida y recepción

Esta sala será destinada para la recepción de visitantes, organización de grupos, la bienvenida, a la vez se dará una breve introducción sobre el patrimonio natural y cultura de Ilapo, la ubicación y la relevancia que tiene el espacio por medio de un panel audio visual (atril dinámico), con el logo de “Ilapo, cultural y natural”

**Tabla 7- 18. Equipamiento y mobiliario de la sala 1, Sala de bienvenida y recepción.**

EQUIPAMIENTO		
DESCRIPCIÓN		CANTIDAD
<b>TIPO</b>	Exhibición informativa de audio y video Modular de recepción	
<b>CONTENIDO</b>	Ubicación Listado del patrimonio cultural y natural identificado en Ilapo Relevancia Modular: Registro de visitantes.	1
<b>PANEL</b>	Panel de audio y video Modular de recepción.	1

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

#### 2) Sala 2: Patrimonio natural

En esta sala se detallaran cada uno de los atractivos identificados como patrimonio natural de Ilapo. Se podrá apreciar varios paneles informativos con fotos e información escrita de cada uno.

**Tabla 7- 19. Equipamiento y mobiliario de la sala 2, Sala natural.**

<b>EQUIPAMIENTO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>CANTIDAD</b>
<b>TIPO</b>	Exhibición informativa – temático	
<b>CONTENIDO</b>	Ubicación Descripción de los atractivos identificados como patrimonio natural de Ilapo Relevancia de estos espacios.	
<b>PANEL</b>	Panel informativo- temático	4

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

### 3) Sala 3: Patrimonio cultural

En esta sala se realizará una descripción breve de cada atractivo identificado como patrimonio cultural (4 atractivos). Se podrá apreciar varios paneles informativos con fotos e información escrita de cada uno y en algunos casos muestras o ejemplares.

**Tabla 7- 20. Equipamiento y mobiliario de la sala 3, Sala cultural**

<b>EQUIPAMIENTO</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>CANTIDAD</b>
<b>TIPO</b>	Exhibición informativa – temático	
<b>CONTENIDO</b>	Ubicación Descripción de los atractivos identificados como patrimonio cultural de Ilapo. Relevancia de estos espacios. Muestras de ejemplares algunos casos.	4
<b>PANEL</b>	Panel informativo- temático	4

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

#### 4) Sala 4: Audiovisuales

En esta sala se presentaran videos de relatos, simulaciones, actuaciones entre otras de algunos de los atractivos patrimonio de Ilapo. A la vez la sala contará con paneles de pared informativa e interactiva de los atractivos más importantes de la zona, tanto naturales como culturales. Además se podrá también dictar charlas informativas sobre temas relacionados.

**Tabla 7- 21. Equipamiento y mobiliario de la sala 4, Sala de audiovisuales.**

EQUIPAMIENTO		
DESCRIPCIÓN		CANTIDAD
<b>TIPO</b>	Exhibición informativa de audio y video e interactiva (digital). Pantalla para reproductor	
<b>CONTENIDO</b>	Relatos, simulaciones y actuaciones de hechos o acontecimientos que se dieron en la zona-pantalla para proyector. Exhibición de los atractivos patrimonio más importantes de la zona y participación interactiva en los mismos	
<b>PANEL</b>	Pantalla de proyector	1
	Panel informativos e interactivos(digital)	4

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

#### 5) Sala 5: Interactiva

En esta sala la participación de los visitantes será de forma interactiva, se podrá encontrar material para identificar la vestimenta del chagra ilapeño, también se contará con una maqueta de la fiesta del chagra. Se podrá realizar la toma de fotos con paneles paisajísticos de fondo. Además se contará con un listado de la variedad de flora y fauna de la zona en paneles giratorios y digitales.

**Tabla 7- 22. Equipamiento y mobiliario de la sala 5, Sala interactiva.**

EQUIPAMIENTO		
DESCRIPCIÓN		CANTIDAD
<b>TIPO</b>	Paneles paisajísticos Paneles giratorios digitales	



<b>CONTENIDO</b>	Interpretación de la maqueta Fotografías- paisajes Exposiciones de flora y fauna de la zona.(paneles giratorios)	
<b>PANEL</b>	Exhibiciones interactivas	7

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

#### **6) Sala 6: Exposición fotográfica**

Será un espacio donde se realizarán exposiciones fotográficas de todo acontecimiento, hecho, actividad, sitios, etc de la parroquia de Ilapo con el fin de mostrar una dinamización de actividades que se pueden realizar en la misma.

**Tabla 7- 23. Equipamiento y mobiliario de la sala 6, Sala de exhibición fotográfica.**

<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>CANTIDAD</b>
<b>TIPO</b>	Paneles de exhibición fotográfica	
<b>CONTENIDO</b>	Exhibiciones de fotografías de todo acontecimiento, hecho, actividad, etc que sean parte de laguna o realizadas en ella.	
<b>PANEL</b>	Exhibiciones fotográficas	3


**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

## h. Diseño museográfico

### a. Sala 1: Sala de bienvenida y recepción.

#### 1) Panel de audio y video- información de Ilapo

Tabla 7- 24. Ficha de información y diseño de medios interpretativos

FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>Tipo de medio:</b> Panel de Audio y video (atril)	<b>Medio N°:</b> 1
<b>Tema del medio informativo:</b> Información general de Ilapo	
<b>Función:</b> Presentar al visitante una información general de la parroquia de Ilapo como previa introducción a la visita del centro de interpretación.	
<b>Ubicación:</b> Entrada a la sala de bienvenida	
DISEÑO DEL MEDIO:	
	
<b>Logo del panel</b>	
Ilapo, cultural y natural	
<b>Información del panel de audio y video:</b>	
La parroquia rural de Ilapo se encuentra localizada en la región Sierra Centro del Ecuador, al nor-este de la cabecera cantonal del cantón Guano, en la cordillera del Igualata, a 12 Km aproximadamente desde la	

misma, en la Provincia de Chimborazo.

Sus atractivos tanto culturales como naturales son:

- ✓ Grupos étnicos de Ilapo
- ✓ Iglesia de san Lucas de Ilapo
- ✓ Centro histórico de Ilapo
- ✓ Rodeo del chagra Ilapeño
- ✓ Mirador de los volcanes
- ✓ Mirador de Ilapo
- ✓ Mirador de bellavista
- ✓ Cocha yanacocha chica
- ✓ Quebrada del Machay

“Ilapo, cultural y natural.”

#### **TIPOLOGIA DE LEYENDA:**

Contará con vistas de la zona y de cada uno de los atractivos en listados. Será relatado y con música de fondo.

#### **DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES**

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto total: 1,50m

Ancho: 0,80 cm

Pulgadas de la pantalla: 22 pulgadas

El material de elaboración : madera

Edición del video

#### **MANTENIMIENTO**

6 meses

#### **COSTOS: \$**

\$ 5.320, 00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

## 2) Sala 2: Patrimonio natural


Tabla 7- 25. Ficha de información y diseño de medios interpretativos

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 2
<b>Tema del medio informativo:</b> mirador de los volcanes	
<b>Ubicación:</b> Primer panel , a la entrada a la sala No. 2 (lado izquierdo)	
<b>Función:</b>	
Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción del mirador de los volcanes y su importancia.	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Mirador de los volcanes	
<b>Información del panel:</b>	
Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Saguazo Cruz de Mayo.	
La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	

Letra: arial Tamaño: 18 Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
El panel tendrá las siguientes medidas: Alto total: 3m Ancho: 1,80 m Ancho de la cartelera: 1,50 m Alto de la cartelera: 1,20 m El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras. Material de iluminación: la cartelera contará con una barra iluminadora con focos- ojos de buey.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
 Trabajo de campo

Tabla 7- 26. Ficha de información y diseño de medios interpretativos

FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 3
<b>Tema del medio informativo:</b> mirador de Ilapo	
<b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción del mirador de Ilapo y su importancia.	
<b>Ubicación:</b> segundo panel, sala dos (lado izquierdo) tras el primer medio interpretativo.	
DISEÑO DEL MEDIO:	
	
<b>Logo del panel</b>	
Mirador de Ilapo	
<b>Información del panel:</b>	
La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
Letra: arial	
Tamaño: 18	
Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano	
DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES	
El panel tendrá las siguientes medidas:	

Alto total: 3m Ancho: 1,80 m Ancho de la cartelera: 1,50 m Alto de la cartelera: 1,20 m El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
 Trabajo de campo


Tabla 7- 27. Ficha de información y diseño de medios interpretativos

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 4
<b>Tema del medio informativo:</b> Cocha Yanacocha Chica	
<p><b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción de cocha Yanacocha chica y su importancia.</p>	
<p><b>Ubicación:</b> tercer panel, sala dos (lado izquierdo) tras el segundo medio interpretativo.</p>	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Cocha Yanacocha Chica	
<b>Información del panel:</b>	
<p>Forma un paisaje muy atractivo, sus aguas desembocan formando una hermosa quebrada, alrededor de la laguna también se encuentran pequeñas ciénegas dificultando un poco el aproximarse a su orilla, entre las especies de flora existen: pajonales, cachos de venado. Entre las especies de fauna se puede observar colibríes, glijes, y anfibios.</p>	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
<p>Letra: arial Tamaño: 18</p>	



Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
El panel tendrá las siguientes medidas:	
Alto total: 3m	
Ancho: 1,80 m	
Ancho de la cartelera: 1,50 m	
Alto de la cartelera: 1,20 m	
El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$100,00
<b>Elaborado por:</b> Grace Vásquez .2014	
Trabajo de campo	

**Tabla 7- 28. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 5
<b>Tema del medio informativo:</b> Quebrada del Machay	
<b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción de la quebrada del machay y su importancia.	
<b>Ubicación:</b> cuarto panel, sala dos (lado izquierdo) tras el tercer medio interpretativo.	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	

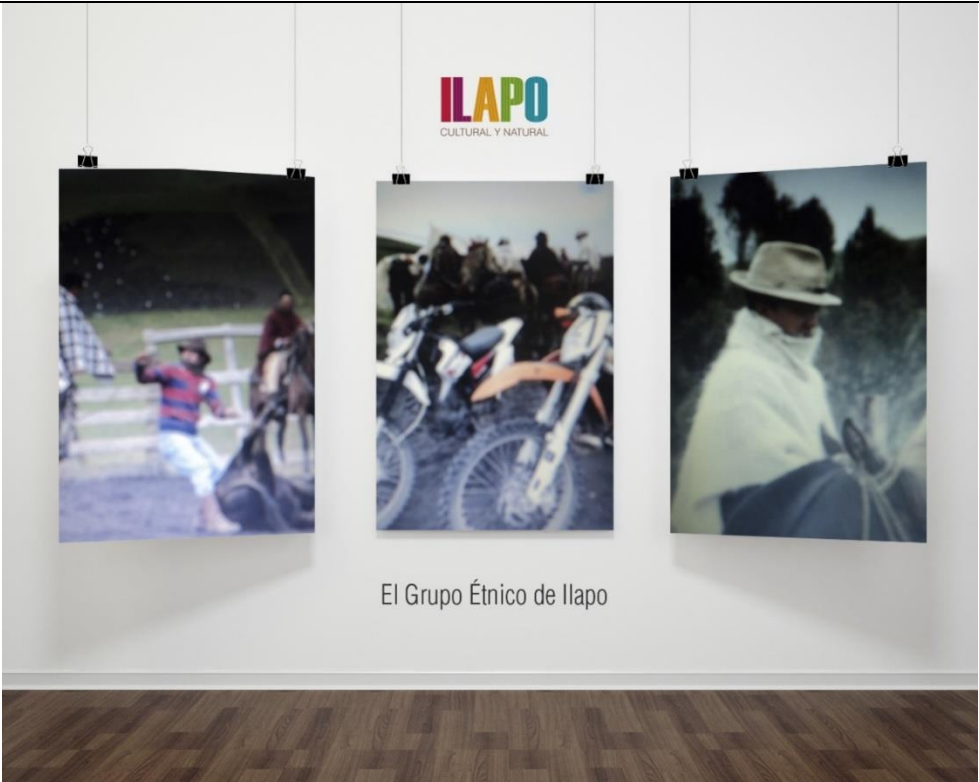
<b>Logo del panel</b>	
Quebrade del machay	
<b>Información del panel:</b>	
<p>Forma un paisaje muy atractivo, la humedad de la zona produce la existencia de vertientes de agua que han sido aprovechadas para el abastecimiento de agua de consumo humano en varios sectores del cantón Guano, formando una hermosa quebrada, se encuentran pequeñas ciénegas, entre las especies de flora existen: pajonales, cachos de venado, quishuar, caumal, espino blanco, chamana, chispil, cabuya negra, sigse, guanto, chilca, ficondo, pajilla, marco, piquil, ortiga, muelan, chaglica, wila, lengua de vaca, matico, paja curiugsha, pucunero, hierba mora, verbena, sanjillo. Entre las especies de fauna se puede observar colibríes, aves de distintos colores, anfibios, conejos, perdiz, lobo de paramo, tórtolas, mirlos, wiragchuro, chucuri, rapoza, lagartijas, cullan, quillipe, charotos, quindes, cullanes, golondrinas, solitario, pájaro ocioso, pucungo.</p>	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
<p>Letra: arial</p> <p>Tamaño: 18</p> <p>Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano</p>	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
<p>El panel tendrá las siguientes medidas:</p> <p>Alto total: 3m</p> <p>Ancho: 1,80 m</p> <p>Ancho de la cartelera: 1,50 m</p> <p>Alto de la cartelera: 1,20 m</p> <p>El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.</p>	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

**b. Sala 3: Patrimonio Cultural**

**Tabla 7- 29. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 6
<b>Tema del medio informativo:</b> Grupo étnico de Ilapo	
<b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción del grupo étnico de Ilapo y su importancia.	
<b>Ubicación:</b> Primer panel, sala uno (lado izquierdo).	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Grupo étnico de Ilapo	
<b>Información del panel:</b>	
<p>Ilapo es uno de los pueblos que formaron parte de la cultura Puruhá que pasó luego a la dominación incaica y española. En 1569 aparece como encomienda de Martín de Mondragón su cacique Miguel de Arraizana, interviene en la escritura que otorgan los caciques para el establecimiento del convento Franciscano de Guano. Uno de los principales caciques de la región de Guano fue Don Marcos Cambal. Según Haro Alvear, era cacique de Coiche señor de Guano y conquistador de Ilapo. El mismo autor dice que se enterraron en el presbiterio de la iglesia de la Asunción los cadáveres del Regulo Cambal y de su familia. También habla de un Testamento (sin precisar fecha ni fuente documental) de este señor Cambal, del que afirma que es “El verdadero y principal fundador de la actual población de Guano por haber obsequiado el valle de su dominio para la fundación española, en 1575”.</p> <p>Ilapo es una población que aún mantienen sus tradiciones propias como: El presta manos, el cual consiste en</p>	

aportar con una ayuda económica o material especialmente en los matrimonios y velorios. La jocha, esta consiste en un tipo de aporte para las festividades de la parroquia y comunidades ya sea con aportes de dinero, intercambio de animales u otro tipo de aporte. La minga, esta consiste en labores que se ejecutan con participantes o comisiones de pobladores para la ejecución de una obra o acción concreta dentro de la parroquia. Organización de rodeos, Estos consiste en la organización de eventos de rodeo del chagra con concursos premiados como el Lazo, monta de toros, monta de potros, rescate de la princesa. Fiestas de parroquialización, estas consisten en organizar una serie de eventos como desfiles de la alegría con comparsas locales y provinciales, desfiles cívicos con autoridades parroquiales, cantonales y provinciales, presentaciones artísticas locales y nacionales, presentaciones de sainetes, obras de teatro u otras actividades organizadas por los propios pobladores de la parroquia. Algunas de sus principales celebraciones son: Semana Santa, La Capitanía, El mes de María, El corpus Cristi, Festividades del Patrono San Lucas, Navidad, Carnaval. En estas fiestas también se pueden observar eventos tales como Juegos deportivos, bailes populares, corridas de toros de pueblo, albazos, concursos de comparsas, chamarascas y caminatas.

#### **TIPOLOGIA DE LEYENDA:**

Letra:arial

Tamaño: 18

Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano

#### **DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES**

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto total: 3m

Ancho: 1,80 m

Ancho de la cartelera: 1,50 m

Alto de la cartelera: 1,20 m

El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.

#### **MANTENIMIENTO**

6 meses

#### **COSTOS: \$**

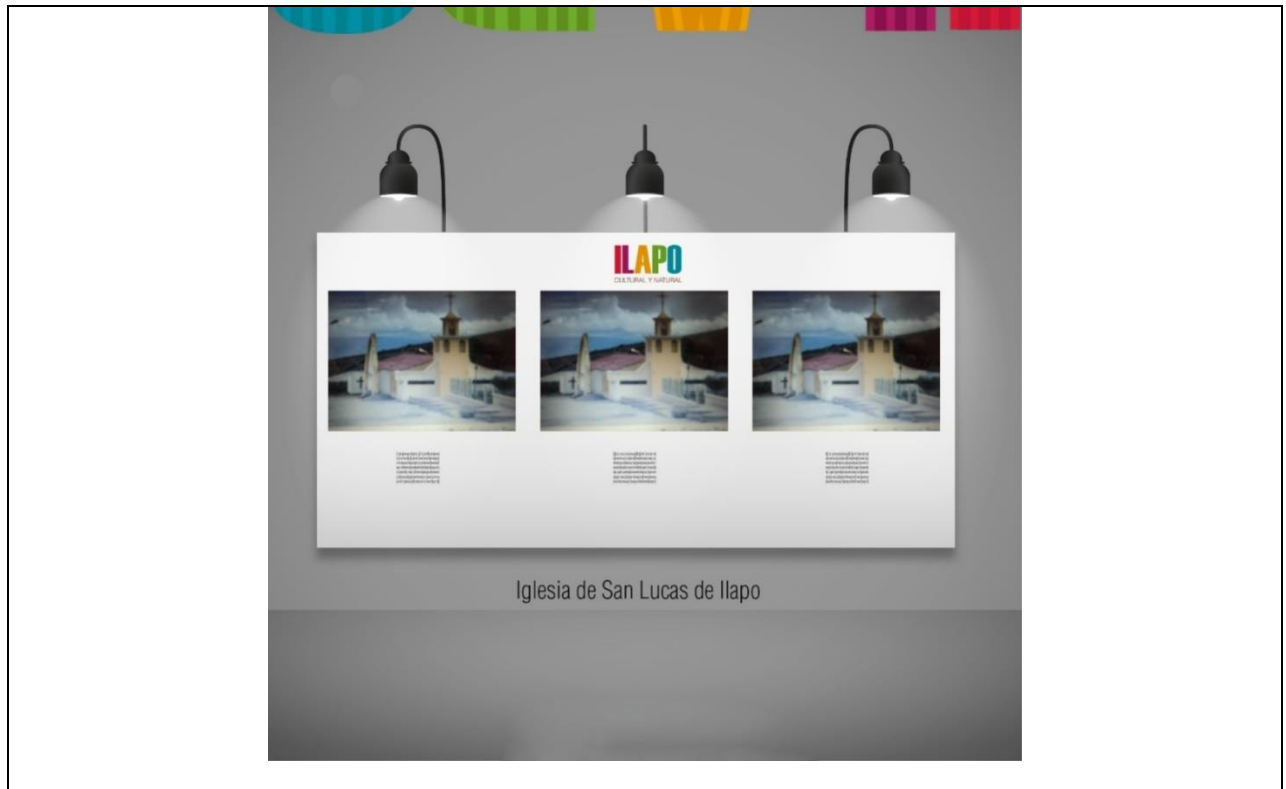
\$100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

**Tabla 7- 30. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 7
<b>Tema del medio informativo:</b> iglesia de san Lucas de ilapo	
<b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción de la iglesia de san Lucas de Ilapo y su importancia.	
<b>Ubicación:</b> Segundo panel, sala uno (lado izquierdo).Tras el primer medio interpretativo de la sala.	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	



### Logo del panel

Iglesia de san Lucas de Ilapo

### Información del panel de audio y video:

Su construcción es de origen neoclásico, con un diseño innovador en cuanto a arquitectura religiosa se refiere, cuenta con vitrales y en su interior se puede apreciar obras de arte religioso, entre ellas la imagen de su Patrono San Lucas.

No se conoce exactamente la fecha en la que la imagen del patrono San Lucas llegó a la parroquia Ilapo pero la historia que se cuenta por los moradores de la parroquia es similar a la de otros pueblos del Ecuador. Se dice que la imagen pasaba por el sector y se quedaron los romeriantes a descansar para continuar en horas de la madrugada. Cuando llegó el momento de partir, los hombres quisieron cargar la imagen pero estaba tan pesada que incluso con ayuda de los moradores del sector no podían levantarla, cuentan que sus romeriantes mandaron a celebrar una misa en su honor para ver si se aliviaba, pero no dio resultado. Al pasar varios días en las mismas circunstancias entendieron que la imagen debía quedarse allí, es así que ofrecieron limosnas (se la adquirió). La solemne fiesta del patrono del pueblo, San Lucas, se realiza el 18 de Octubre de cada año.

**Fuente:** Revista Ilapo historia, gente y cultura, PD y OT GADPR Ilapo.

### TIPOLOGIA DE LEYENDA:

Letra: Arial

Tamaño: 18

Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano

### DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto total: 3m

Ancho: 1,80 m


Ancho de la cartelera: 1,50 m

Alto de la cartelera: 1,20 m

El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

**Tabla 7- 31. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 8
<b>Tema del medio informativo:</b> centro histórico de Ilapo	
<b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción del centro histórico de Ilapo y su importancia.	
<b>Ubicación:</b> Cuarto panel, sala uno (lado izquierdo).Tras el tercer medio interpretativo de la sala.	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Centro histórico de Ilapo	
<b>Información del panel de audio y video:</b>	
<p>El centro histórico de Ilapo ha sido construido con materiales propios de la zona como es el bahareque, adobe, piedra, madera, combinándolo en la actualidad con ladrillo, bloque y hierro. Las paredes de algunas de las viviendas son hechas a base de piedra rectangular, el centro histórico de Ilapo constituye una de las pocas muestras de arte mestizo ecuatoriano de la época colonial, siendo su eslabón entre el pasado el presente y el futuro; símbolos de sencillez, austeridad y nobleza de un pueblo pujante y</p>	

progresista.	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
Letra: arial	
Tamaño: 18	
Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
El panel tendrá las siguientes medidas:	
Alto total: 3m	
Ancho: 1,80 m	
Ancho de la cartelera: 1,50 m	
Alto de la cartelera: 1,20 m	
El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

Tabla 7- 32. Ficha de información y diseño de medios interpretativos

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Panel informativo	<b>Medio N°:</b> 9
<b>Tema del medio informativo:</b> rodeo del chagra Ilapeño	
<b>Función:</b> Dar a conocer al visitante la ubicación, una breve descripción del centro histórico de Ilapo y su importancia.	
<b>Ubicación:</b> Quinto panel , sala uno (lado izquierdo).Tras el cuarto medio interpretativo de la sala	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Rodeo del chagra Ilapeño	
<b>Información del panel de audio y video:</b>	
El rodeo del Chagra se realiza en diferentes comunidades de la parroquia de Ilapo durante las festividades de parroquialización o en las fiestas del patrono San Lucas. Consiste en la realización de diferentes actividades montando un caballo debidamente equipado con los implementos típicos del Chagra, así como también la vestimenta del propio Chagra, esta consta siempre de poncho, sombrero, bufanda, espuelas, botas y Zamarro. El caballo debe tener siempre la veta de cuero para el lazo y la montura.	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
Letra: arial	
Tamaño: 18	
Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
El panel tendrá las siguientes medidas:	



Alto total: 3m	
Ancho: 1,80 m	
Ancho de la cartelera: 1,50 m	
Alto de la cartelera: 1,20 m	
El material de elaboración: madera y Lona para las carteleras.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$100,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

**c. Sala 4: Audiovisuales**

**Tabla 7- 33. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> Pantalla para proyector	<b>Medio N°:</b> 10
<b>Tema del medio informativo:</b> Proyecciones sobre Ilapo y el rodeo del chagra	
<b>Función:</b> Brindar información en formato de audio y video sobre Ilapo y el rodeo del chagra.	
<b>Ubicación:</b> Al fondo de la sala de Audiovisuales	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
<b>Gráfico 28.</b> Pantalla para proyectar el rodo del chagra	

**Logo del panel**

Ilapo tradición y cultura

**Información del panel de audio y video:**

Relatos, hechos, dramatizaciones, eventos... información sobre Ilapo y el rodeo del chagra.

**TIPOLOGIA DE LEYENDA:**

Audio y video

**DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES**

El medio interpretativo consta de dos pantallas para la reproducción del material de audio y video.

Medidas de la pantalla 120 pulgadas cada una

**MANTENIMIENTO**

12 meses

**COSTOS: \$**

\$ 420,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

**Tabla 7- 34. Ficha de información y diseño de medios interpretativos****FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS****Tipo de medio:** panel informativo-interactivo de pared**Medio N°:** 11**Tema del medio informativo:** grupo étnico de Ilapo**Ubicación:** primer panel en la pared delantera de la sala**Función:**

Brindar información de ubicación: límites y coordenadas de los atractivos identificados con mayor jerarquía y presentar fotos de los mismo.

**Ubicación:** Primer panel en la pared delantera de la sala

### **DISEÑO DEL MEDIO:**



### **Logo del panel**

Grupo étnico Ilapo

### **Información del panel de audio y video:**

Ilapo es uno de los pueblos que formaron parte de la cultura Puruhá que pasó luego a la dominación incaica y española. En 1569 aparece como encomienda de Martín de Mondragón su cacique Miguel de Arraizana, interviene en la escritura que otorgan los caciques para el establecimiento del convento Franciscano de Guano. Uno de los principales caciques de la región de Guano fue Don Marcos Cambal. Según Haro Alvear, era cacique de Coiche señor de Guano y conquistador de Ilapo. El mismo autor dice que se enterraron en el presbiterio de la iglesia de la Asunción los cadáveres del Regulo Cambal y de su familia. También habla de un Testamento (sin precisar fecha ni fuente documental) de este señor Cambal, del que afirma que es “El verdadero y principal fundador de la actual población de Guano por haber obsequiado el valle de su dominio para la fundación española, en 1575”.

**Fuente:** PD y OT GADPR Ilapo

### **Vestimenta**

El vestido tradicional consiste en ropa occidentalizada, el traje tradicional solo lo conservan algunas mujeres y hombres adultos mayores en las comunidades y muy pocos jóvenes. Hoy en la actualidad la vestimenta de los varones adultos y jóvenes está totalmente adaptada al uso mestizo.

### **Arquitectura**

Sus viviendas antiguamente eran construidas con materiales de la zona como paja, tapial, teja y adobe. En la actualidad la mayoría de las construcciones son de cemento armado y otros materiales como el bloque, ladrillo, zinc y eternit. En su mayoría no realizan cerramientos de sus propiedades para conservar sus límites. Cabe mencionar

que aún existen viviendas construidas con adobe, teja, cal y madera las cuales presentan una característica particular al tener un patio central en cada una de las casas antiguas encontradas en su mayoría en el centro de la parroquia Ilapo.

### **Artesanías**

No existe ningún grupo dedicado exclusivamente a la elaboración de artesanías.

### **Comidas y Bebidas Típicas**

Por ser una parroquia eminentemente agrícola sus habitantes consumen una parte de sus productos mientras que la otra es comercializada en la ciudad.

En las fiestas o celebraciones tradicionales preparan platos típicos como papas con cuy asado, conejo de monte con papas, fritada, ají de cuy, ají de piedra, asado de ovino, dulce de capulí (Jucho), tortillas de zapallo, choclos con queso, avena y coladas de dulce.

### **TIPOLOGIA DE LEYENDA:**

#### **Parte superior:**

Letra: arial

Tamaño: 18

Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano

### **DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES**

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto total: 2,50

Ancho: 1m

El material de elaboración: madera

#### **MANTENIMIENTO**

6 meses

#### **COSTOS: \$**

\$ 150,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

**Tabla 7- 35. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel informativo interactivo	<b>Medio N°:</b> 12
<b>Tema del medio informativo:</b> quebrada del machay	
<b>Función:</b> Brindar información de ubicación: límites y coordenadas de los atractivos identificados con mayor jerarquía y presentar fotos de los mismo.	
<b>Ubicación:</b> segundo panel en la pared delantera de la sala	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	



### Logo del panel

Quebrada del machay

### Información del panel de audio y video:

Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Cenicahuan.

Altitud referencial: 3670 msnm.

Temperatura: 6°C – 18°C

Precipitación Pluviométrica: < 500 mm anuales

En los alrededores se puede observar cultivos de papa, y potreros con ganadería del sector. En el podemos encontrar viviendas típicas de la zona, caminos de acceso, flora y fauna nativa

### TIPOLOGIA DE LEYENDA:

#### Parte superior:

Letra: arial

Tamaño: 18

Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano

### DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto total: 2,50

Ancho: 1m

El material de elaboración: madera

<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 150,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

**Tabla 7- 36. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel informativo interactivo	<b>Medio N°:</b> 13
<b>Tema del medio informativo:</b> rodeo del chagra	
<p><b>Función:</b> Brindar información de ubicación: límites y coordenadas de los atractivos identificados con mayor jerarquía y presentar fotos de los mismo.</p>	
<b>Ubicación:</b> tercer panel en la pared delantera de la sala	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Rodeo del chagra ilapeño	
<b>Información del panel de audio y video:</b>	
<p>En el evento se realizan actividades como el rescate de la princesa, concursos de laso, monta de potros y toros, carrera de barriles, exhibición de caballos.</p> <p>El rodeo del Chagra se realiza en diferentes comunidades de la parroquia de Ilapo durante las festividades de parroquialización o en las fiestas del patrono San Lucas. Consiste en la realización de diferentes</p>	

actividades montando un caballo debidamente equipado con los implementos típicos del Chagra, así como también la vestimenta del propio Chagra, esta consta siempre de poncho, sombrero, bufanda, espuelas, botas y Zamarro. El caballo debe tener siempre la veta de cuero para el lazo y la montura.	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
<b>Parte superior:</b> Letra: arial Tamaño: 18 Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
El panel tendrá las siguientes medidas: Alto total: 2,50 Ancho: 1m El material de elaboración: madera	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 150,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
 Trabajo de campo

**Tabla 7- 37. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel informativo interactivo	<b>Medio N°:</b> 14
<b>Tema del medio informativo:</b> Cocha yanacocha chica	
<b>Función:</b> Brindar información de ubicación: límites y coordenadas de los atractivos identificados con mayor jerarquía y presentar fotos de los mismo.	
<b>Ubicación:</b> cuarto panel en la pared delantera de la sala	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	



### Logo del panel

Cocha yanacocha chica

### Información del panel de audio y video:

Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Saguazo Cruz de Mayo.

Altitud referencial: 3670 msnm.

Temperatura: 6°C – 18°C

Precipitación Pluviométrica: < 500 mm anuales

### TIPOLOGIA DE LEYENDA:

#### Parte superior:

Letra: arial

Tamaño: 18

Fotografías: max. 5 por cartelera, tamaño mediano

### DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto total: 2,50

Ancho: 1m

El material de elaboración: madera

### MANTENIMIENTO

6 meses

### COSTOS: \$

\$ 150,00


**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo



**d. Sala 5: Interactiva**

**Tabla 7- 38. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel interactivo	<b>Medio N°:</b> 16
<b>Tema del medio informativo:</b> El chagra ilapeño	
<b>Función:</b> Permitir que el visitante tenga la oportunidad de participar interactivamente identificando las prendas que usan en el rodeo del chagra y contara con información del mismo acontecimiento.	
<b>Ubicación:</b> en la mitad la sala	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
 <p style="text-align: center;"><b>El Chagra de Ilapo</b></p>	
<b>Logo del panel</b>	
El chagra ilapeño	
<b>Información del panel:</b>	
El visitante encontrará un maniquí donde identificara la vestimenta utilizada en el rodeo del chagra de Ilapo	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
Identificar la vestimenta del chagra	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
Maniquí de 1.60m Ropa que utiliza el chagra Implementos para el rodeo	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS:</b> \$

6 meses	\$ 120,00
---------	-----------

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

**Tabla 7- 39. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel giratorio	<b>Medio N°:</b> 17
<b>Tema del medio informativo:</b> flora de Ilapo	
<b>Función:</b> Permitir que el visitante conozca la variedad de fauna de la zona	
<b>Ubicación:</b> sala interactiva	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Flora	
<b>Información del panel:</b>	
<i>Un lado solo fotos</i>	

<p>Otro lado:</p> <p>Especies</p> <p><i>Paja</i>  <i>Quishuar,</i>  <i>caumal,</i>  <i>espino blanco,</i>  <i>chamana, chispil,</i>  <i>cabuya negra</i>  <i>sigse,</i>  <i>Punin</i>  <i>Guishmo</i>  <i>Guanto</i>  <i>Chilca</i>  <i>Ficondo</i>  <i>Pajilla</i>  <i>Marco</i>  <i>Piquil</i>  <i>Ortiga</i>  <i>Muelan</i>  <i>Chavelica</i></p>	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
Letra: arial	
Tamaño: 16	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
<p>El panel tendrá las siguientes medidas:</p> <p>Alto: 1,50</p> <p>Ancho: 30 cm</p> <p>Largo: 1 m</p> <p>El material de elaboración: metal y pantallas digitales</p>	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 250,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
 Trabajo de campo

**Tabla 7- 40. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel giratorio	<b>Medio N°:</b> 18
<b>Tema del medio informativo:</b> fauna de Ilapo	
<b>Función:</b>	

Permitir que el visitante conozca la variedad de fauna de la zona

**Ubicación:** sala interactiva

### DISEÑO DEL MEDIO:



### Logo del panel

Fauna

### Información del panel:

*Un lado solo fotos*

Otro lado:

Especies:

*Conejo*

*Lobo*

*Perdiz*

*torcasa*

*curiquingue*

*sumbadora*

*tiunges*

*patillos*

*shumpo*

*golondrina*

*buitre*

### TIPOLOGIA DE LEYENDA:

Letra: arial

Tamaño: 16

### DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES

El panel tendrá las siguientes medidas:

Alto: 1,50 Ancho: 30 cm Largo: 1 m El material de elaboración: metal y patallas digitales	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 250,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
 Trabajo de campo

**Tabla 7- 41. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**


<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> maqueta interactiva	<b>Medio N°:</b> 19
<b>Tema del medio informativo:</b> Ilapo y su historia	
<b>Función:</b> Permitir que el visitante tenga la oportunidad de revivir la historia de la parroquia de Ilapo a través de la maqueta.	
<b>Ubicación:</b> sala interactiva	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Ilapo y su historia	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	

Letra: Arial	
Tamaño: 18	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
La maqueta tendrá las siguientes medidas:	
Alto : 1m	
Ancho: 1,80 cm	
Largo: 2,50 m	
El material de elaboración: arcilla, goma, pintura y piedra.	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 200,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

**Tabla 7- 42. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

<b>FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS</b>	
<b>Tipo de medio:</b> panel con fotografías	<b>Medio N°:</b> 20
<b>Tema del medio informativo:</b> Ilapo	
<b>Función:</b> Permitir que el visitante tenga la oportunidad de conocer un poco más acerca de ilapo.	
<b>Ubicación:</b> sala interactiva	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	

	
<b>Logo del panel</b>	
Ilapo	
<b>Leyenda:</b>	
<b>Mesa representativa :</b>	
¿De qué materiales fueron construidas las viviendas de Ilapo? Explicación de la misma.	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
<b>Parte superior:</b>	
Letra: arial: 24	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
El panel tendrá las siguientes medidas:	
Alto: 2,5 m	
Ancho: 50 cm	
Largo: 2m	
Material de elaboración: madera	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 250,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

**e. Sala 6: Exposición fotográfica**

**Tabla 7- 43. Ficha de información y diseño de medios interpretativos**

FICHA DE PRESENTACION DE MEDIOS INTERPRETATIVOS	
<b>Tipo de medio:</b> paneles de exposiciones	<b>Medio N°:</b> 21
<b>Tema del medio informativo:</b> Ilapo	
<b>Función:</b> Permitir que los visitantes disfruten de una galería de fotografías relacionadas a Ilapo.	
<b>Ubicación:</b> sala de exposición fotográfica	
<b>DISEÑO DEL MEDIO:</b>	
	
<b>Logo del panel</b>	
Galería	
<b>Información del panel:</b>	
Información sobre las fotografías	
<b>TIPOLOGIA DE LEYENDA:</b>	
Letra: arial: 14	
<b>DISEÑO ESTRUCTURAL Y MATERIALES</b>	
Estructura de madera	
Altura total: 1,70 m	
Ancho: 0,25 m	
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>COSTOS: \$</b>
6 meses	\$ 250,00

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo





cuenta cómo se puede observar en el gráfico. En el centro interpretativo las exposiciones serán permanentes.

Sala 1: Bienvenida, Montaje de un panel de audio y video y muebles de recepción de visitantes.

Sala 2: Patrimonio natural, Montaje de cuatro paneles interpretativos colgantes con luminario para cada uno, información relevante y fotografías.

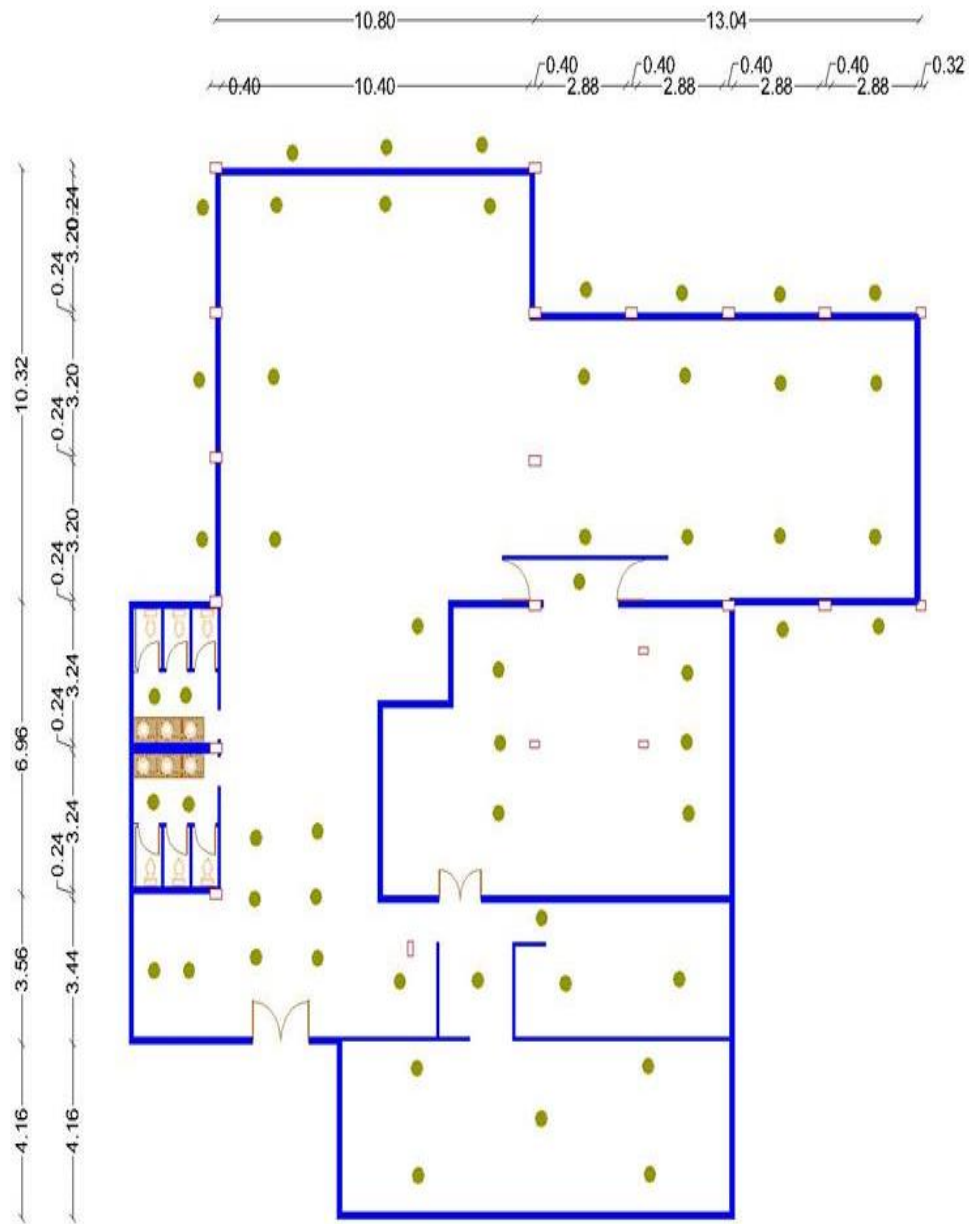
Sala 3: Patrimonio Cultural, Montaje de cuatro paneles interpretativos colgantes con luminario para cada uno, información relevante y fotografías del patrimonio cultural.

Sala 4: Audiovisuales, Pantalla de 120 pulgadas para proyector, sillas y cuatro paneles interactivos de los 4 principales atractivos de la parroquia de Ilapo.

Sala 5: Interactiva, Maqueta, fotografías de paisajes, dos paneles giratorios de flora y fauna, dos maniquís para identificar la vestimenta del chagra de Ilapo, un panel de exhibición de fotografía.

Sala 6: Exhibición fotográfica, 3 paneles de exhibición de fotografías.

#### 4. Iluminación





**Figura 7- 35. Montaje de iluminación**

La iluminación en el centro de interpretación está ubicada en puntos estratégicos para la apreciación de los medios interpretativos la misma que será utilizada solamente si es necesario.

Para los medios interpretativos de la sala 2 y 3 se utilizarán focos de baja intensidad ubicados encima de los carteles para poder visualizar las fotografías como se indica en el diseño de los medios.

**Tabla 7- 44. Tipo de iluminación para el centro y los medios interpretativos**

<b>TIPO DE ILUMINACION</b>	<b>UBICACIÓN</b>	<b>VOLTAJE</b>	<b>IMAGEN</b>
Iluminación interna:	Todas las salas y medios interpretativos de la sala 2 y 3.	150 lux 6 w	
Iluminación externa:	Parte exterior del centro de interpretación.	300 lux 13	

## **5. Guion museológico.**

### **a. Sala 1: Sala de bienvenida y recepción**

Buenos días. Bienvenidos al Centro de Interpretación “Ilapo”. Nuestro slogan es “Ilapo, cultural y natural”

Mi nombre es Grace Vásquez y voy acompañarles durante todo el recorrido.

En esta sala tenemos un panel de audio y video que nos informa brevemente la ubicación de Ilapo y los atractivos del lugar. Antes de empezar con el recorrido pueden observar este material.

### **b. Sala 2: Patrimonio natural**

Estamos en la sala de Patrimonio Natural, aquí vamos hablar de cinco atractivos identificados como patrimonio natural.

### **1) Mirador de los volcanes**

Se encuentra en la Provincia de Chimborazo, Cantón Guano, Parroquia Ilapo, Comunidad Saguazo Cruz de Mayo.

La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.

### **2) Mirador de ilapo**

La colina conforma un mirador natural desde el cual en un día despejado se puede observar el poblado de Ilapo, la ciudad de Riobamba y los volcanes de alrededor, entre ellos el volcán Tungurahua, el nevado Altar, el nevado Chimborazo, el nevado Carihuairazo, los Cubillines y el Volcán Cotopaxi.

### **3) Cocha yanacocha chica.**

Forma un paisaje muy atractivo, sus aguas desembocan formando una hermosa quebrada, alrededor de la laguna también se encuentran pequeñas ciénegas dificultando un poco el aproximarse a su orilla, entre las especies de flora existen: pajonales, cachos de venado. Entre las especies de fauna se puede observar colibríes, gligles, y anfibios.

### **4) Quebrada del machay**

Forma un paisaje muy atractivo, la humedad de la zona produce la existencia de vertientes de agua que han sido aprovechadas para el abastecimiento de agua de consumo humano en varios sectores del cantón Guano, formando una hermosa quebrada, se encuentran pequeñas ciénegas, entre las especies de flora existen: pajonales, cachos de venado, quishuar, caumal, espino blanco, chamana, chispil, entre otras.

### **c. Sala 3: Patrimonio Cultural**

Nos encontramos en la sala de patrimonio cultural donde tenemos 4 atractivos. A continuación antes de comenzar con la descripción de cada uno de ellos.

### **1) Grupo étnico de Ilapo**

No se puede asegurar la fecha exacta de la fundación de la Parroquia Ilapo, pues no existen datos, ni archivado, ni registros históricos; sin embargo, se han realizado varias investigaciones, obteniendo los siguientes datos:

Ilapo es uno de los pueblos que formaron parte de la cultura Puruhá que pasó luego a la dominación incaica y española. En 1569 aparece como encomienda de Martín de Mondragón su cacique Miguel de Arraizana, interviene en la escritura que otorgan los caciques para el establecimiento del convento Franciscano de Guano. Uno de los principales caciques de la región de Guano fue Don Marcos Cambal. Según Haro Alvear, era cacique de Coiche señor de Guano y conquistador de Ilapo. El mismo autor dice que se enterraron en el presbiterio de la iglesia de la Asunción los cadáveres del Regulo Cambal y de su familia. También habla de un Testamento (sin precisar fecha ni fuente documental) de este señor Cambal, del que afirma que es “El verdadero y principal fundador de la actual población de Guano por haber obsequiado el valle de su dominio para la fundación española, en 1575”.

Ilapo es una población que aún mantienen sus tradiciones propias como: El presta manos, el cual consiste en aportar con una ayuda económica o material especialmente en los matrimonios y velorios. La jocha, esta consiste en un tipo de aporte para las festividades de la parroquia y comunidades ya sea con aportes de dinero, intercambio de animales u otro tipo de aporte. La minga, esta consiste en labores que se ejecutan con participantes o comisiones de pobladores para la ejecución de una obra o acción concreta dentro de la parroquia. Organización de rodeos, Estos consiste en la organización de eventos de rodeo del chagra con concursos premiados como el Lazo, monta de toros, monta de potros, rescate de la princesa. Fiestas de parroquialización, estas consisten en organizar una serie de eventos como desfiles de la alegría con comparsas locales y provinciales, desfiles cívicos con autoridades parroquiales, cantonales y provinciales, presentaciones artísticas locales y nacionales, presentaciones de sainetes, obras de teatro u otras actividades organizadas por los propios pobladores de la parroquia. Algunas de sus principales celebraciones son: Semana Santa, La Capitanía, El mes de María, El corpus Cristi, Festividades del Patrono San Lucas, Navidad, Carnaval. En estas fiestas también se pueden observar eventos tales como Juegos deportivos, bailes populares, corridas de toros de pueblo, albazos, concursos de comparsas, chamarascas y caminatas.

## **2) Iglesia de san Lucas de Ilapo**

Su construcción es de origen neoclásico, con un diseño innovador en cuanto a arquitectura religiosa se refiere, cuenta con vitrales y en su interior se puede apreciar obras de arte religioso, entre ellas la imagen de su Patrono San Lucas.

No se conoce exactamente la fecha en la que la imagen del patrono San Lucas llegó a la parroquia Ilapo pero la historia que se cuenta por los moradores de la parroquia es similar a la de otros pueblos del Ecuador. Se dice que la imagen pasaba por el sector y se quedaron los romeriantes a descansar para continuar en horas de la madrugada. Cuando llegó el momento de partir, los hombres quisieron cargar la imagen pero estaba tan pesada que incluso con ayuda de los moradores del sector no podían levantarla, cuentan que sus romeriantes mandaron a celebrar una misa en su honor para ver si se alivianaba, pero no dio resultado. Al pasar varios días en las mismas circunstancias entendieron que la imagen debía quedarse allí, es así que ofrecieron limosnas (se la adquirió). La solemne fiesta del patrono del pueblo, San Lucas, se realiza el 18 de Octubre de cada año.

## **3) Centro histórico de Ilapo**

El centro histórico de Ilapo ha sido construido con materiales propios de la zona como es el bahareque, adobe, piedra, madera, combinándolo en la actualidad con ladrillo, bloque y hierro. Las paredes de algunas de las viviendas son hechas a base de piedra rectangular, el centro histórico de Ilapo constituye una de las pocas muestras de arte mestizo ecuatoriano de la época colonial, siendo su eslabón entre el pasado el presente y el futuro; símbolos de sencillez, austeridad y nobleza de un pueblo pujante y progresista.

## **4) Rodeo del chagra de Ilapo**

Consiste en la realización de diferentes actividades montando un caballo debidamente equipado con los implementos típicos del Chagra, así como también la vestimenta del propio Chagra, esta consta siempre de poncho, sombrero, bufanda, espuelas, botas y Zamarro. El caballo debe tener siempre la veta de cuero para el lazo y la montura.

#### **d. Sala 4: Audiovisuales**

Bienvenidos a la sala de audiovisuales donde vamos a observar un video sobre el Rodeo del chagra que se realiza en la parroquia de Ilapo y algunos relatos sobre este hecho.

Por favor tomen asiento y disfruten.

(Al finalizar el video.)

Buenos espero que les haya gustado y además que les haya permitido volver a revivir un hecho tan importante como es este.

Tal vez alguien desea dar su opinión o participar?

(Intervención de los visitantes)

En la sala contamos con paneles digitales con información básica y fotografías de los cuatro atractivos más importantes de la parroquia de Ilapo, estos han sido jerarquizados bajo algunas características. Pueden acercarse y observarlos.

#### **e. Sala 5: Interactiva**

Ahora nos encontramos en la sala Interactiva donde ustedes van a poder participar de forma activa en las siguientes actividades:

Identificación de la vestimenta utilizada en el rodeo.

Toma de fotografías con fondos de paisajes de Ilapo

Interpretación de la maqueta sobre la parroquia de Ilapo y su historia.

Utilización de paneles giratorios con los temas de flora y fauna de Ilapo.

#### **f. Sala6: exposición fotográfica**

Esta es la sala de exposiciones fotográficas, ustedes pueden observar y contemplar el momento que sea necesario. Yo estaré cerca para cualquier inquietud.

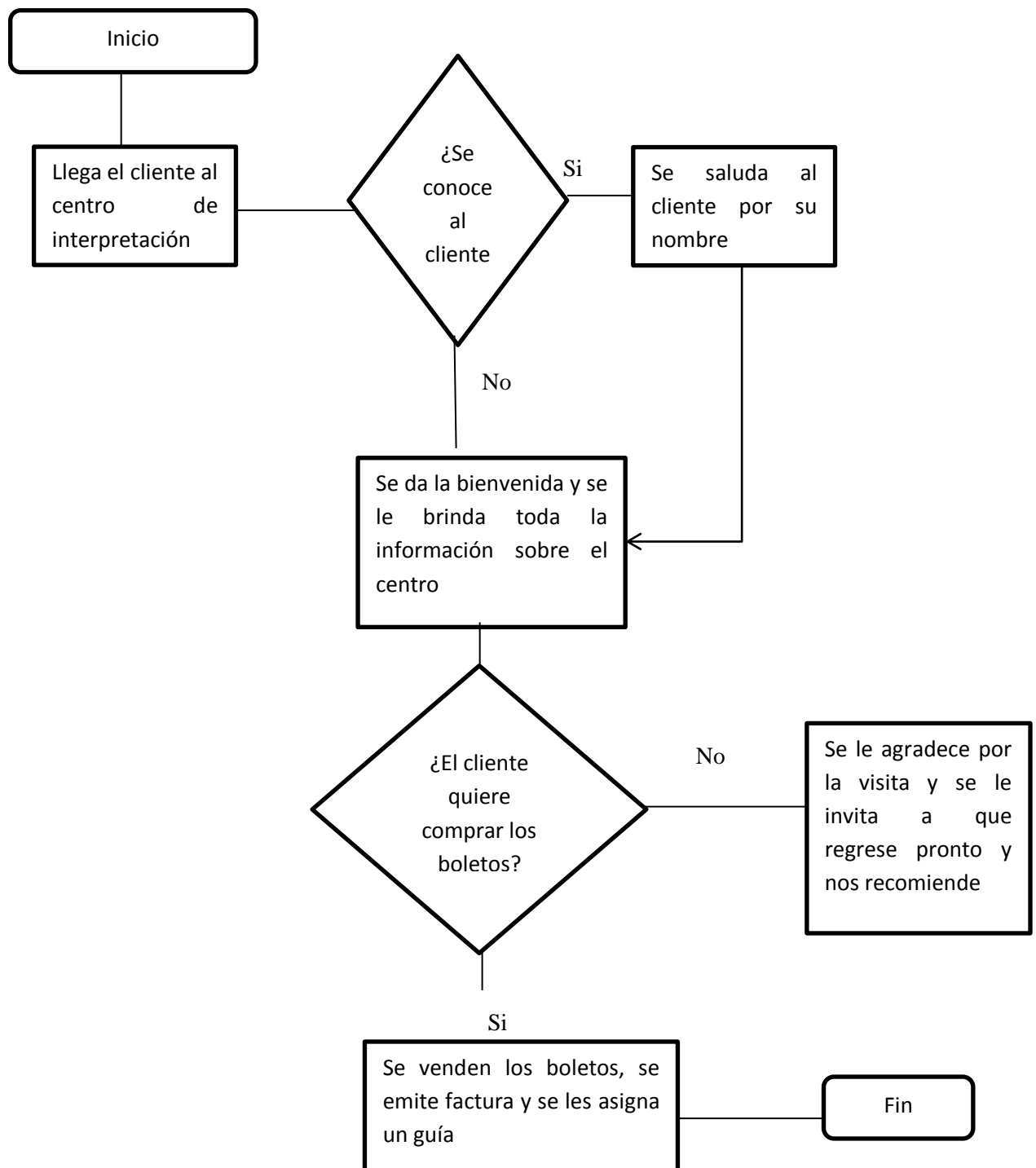


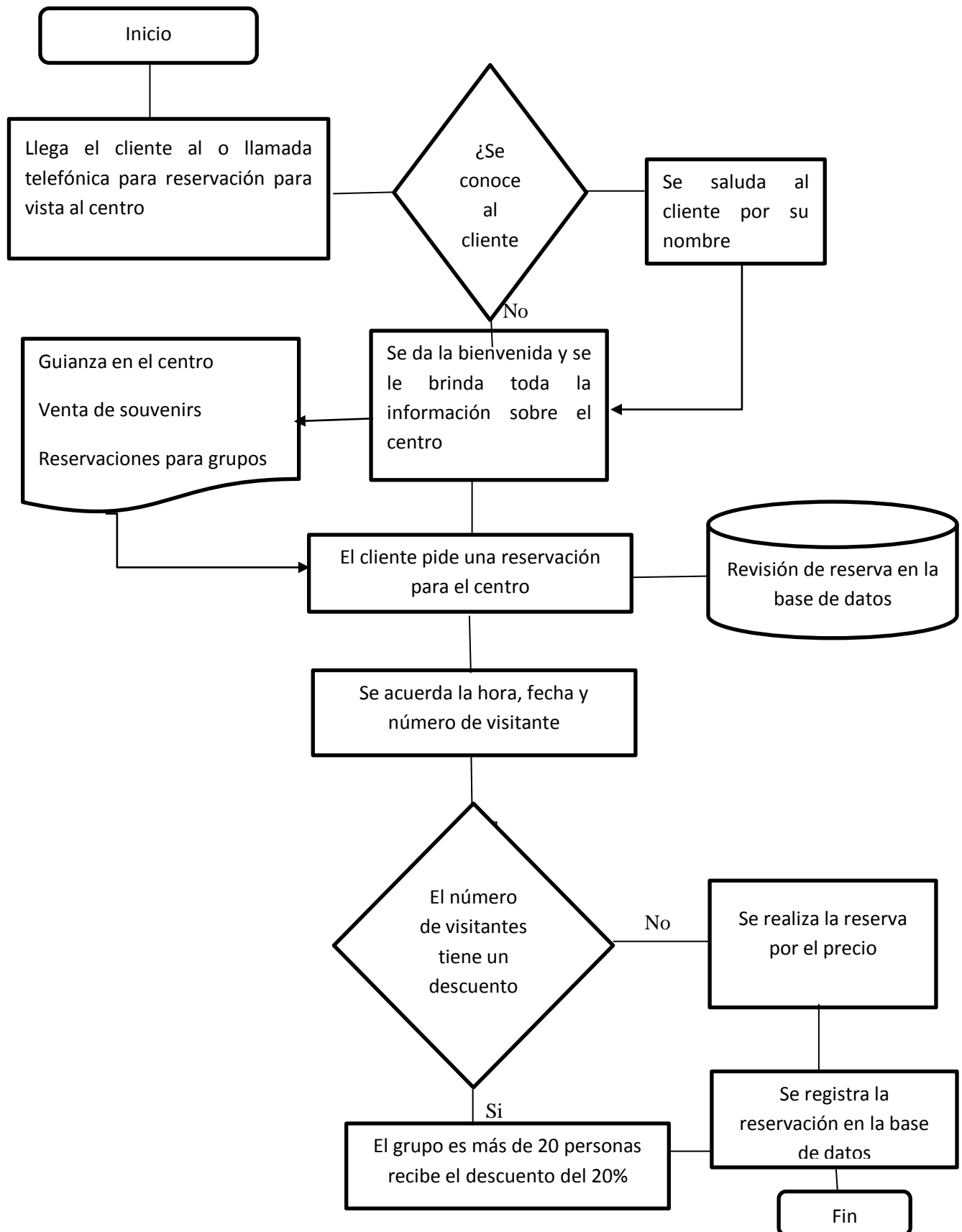
### g. Seguridad

Las instalaciones en donde funcionará el centro de interpretación cuentan con un sistema de seguridad interno.

### h. Flujograma de procesos

#### 1) Flujograma de procesos para la visita al centro de interpretación “Ilapo, cultural y natural”





## i. Análisis de los requerimientos para la ejecución

### 1) Equipos de oficina

**Tabla 7- 45. Equipos**

Rubro	Cantidad	Precio unitario	Inversión
Escritorio	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Silla	3	\$ 60.00	\$ 180.00
Teléfono	1	\$ 50.00	\$ 50.00
<b>Total</b>			<b>\$ 430.00</b>

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

### 2) Muebles y enseres

**Tabla 7- 46. Muebles y enseres**

Detalle	Cantidad	Costo Unit.	Costo total
<b>Área de recepción y bienvenida</b>			
Escritorio	1	175	175
Sillas acolchadas	20	25	500
Sillón de escritorio (giratoria y regulable)	2	80	160
<b>Área de administración y contabilidad</b>			
Escritorio	3	175	525
Sillas acolchadas	10	25	250
Sillón de escritorio (giratoria y regulable)	3	80	240
<b>Sala de proyecciones</b>			
Sillas acolchadas	25	25	625
<b>Total</b>			<b>2475</b>

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

### 3) Requerimientos de suministros

**Tabla 7- 47. Suministros**

Detalle	Cantidad	Valor Unit	Costo total
Carpetas	25	0,40	10,00
Esferográficos	2 cajas	5,60	11,20
Resmas	25	3,80	95,00

Cuaderno	1	2,00	2,00
Lápices	1 caja	3,80	3,80
Borrador	1	0,50	0,50
Grapadora	1	18,00	18,00
Grapas	1	4,00	4,00
Perforadora	1	15,00	15,00
Corrector	1	2,00	2,00
Fechador	1	10,00	10,00
<b>TOTAL</b>		<b>173,50</b>	

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

#### 4) Requerimientos de instalación

**Tabla 7- 48. Instalación**

Tipo	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Diorama	2	570	1.140
Letrero horizontal	5	40	200
Sistema de audio	8	300	2.400
Lámparas	6	80	480
Computadora	1	700	700
Videos	12	250	3.000
Fotografías	9	50	450
Led 32"	9	1400	12.600
Maqueta	2	600	1200
ipad	4	500	2.000
Exhibición de pared	5	130	650
<b>TOTAL</b>		<b>35650</b>	

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

#### 5) Requerimientos de talento humano

**Tabla 7- 49. Talento humano**

Cargo	N°	Salario mensual	Décimo tercero	Décimo cuarto	Vacaciones	Aporte al IESS 20,6%	Remuneración mensual	Remuneración annual
Gerente/Administrador	1	500.00	41.67	30.5	20.83	103	696.00	8352
Secretaria / contadora	1	380.00	31.67	30.5	15.83	78.28	536.28	6435.36
Guía	1	380.00	31.67	30.5	15.83	78.28	536.28	6435.36
Conserje	1	370.00	30.83	30.5	15.42	76.22	522.97	6275.64
<b>COSTO ANUAL</b>	<b>4</b>					<b>335.78</b>	<b>2291.53</b>	<b>27498.36</b>

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

## 6) Servicios básicos

**Tabla 7- 50. Servicios básicos**

RUBRO	PROVEEDOR	CANTIDAD Kwh/m3/min	COSTO POR Kwh/m3/min	COSTO MENSUAL	COSTO TOTAL
Luz	EERSA	2000	0,15	300	3600
Agua	EMAPAR	200	0,07	14,00	168
Teléfono	CNT	500	0,06	30	360
<b>TOTAL</b>		344,00		344	

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014

Trabajo de campo

## D. ESTRUCTURACIÓN DEL ESTUDIO DE MARKETING

### 1. Producto

#### a. Valor diferencial

El proyecto del Centro de Interpretación del Patrimonio cultural y natural en la parroquia Ilapo, cantónGuano, provincia de Chimborazo. Cuenta con características primordiales:

- 1). La importancia radica en que la parroquia Ilapo cuenta con patrimonio cultural y natural de gran importancia.
- 2). El centro de interpretación presenta varias salas en la cual se incentiva a la conservación del patrimonio.

**Tabla 7- 51. Presupuesto marketing mix**

DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Sala 1 Panel de audio y video (atril)	U	1	5320.00	5320.00
Sala 2 Panel informativo	U	4	100	400.00
Sala 3 Panel temático informativo	U	4	100	400.00
Sala 4 Pantalla para proyector	U	1	420	420.00
Panel informativo interactivo	U	4	150	600.00
Sala 5 Panel interactivo	U	1	120	120.00

Panel giratorio	U	2	250	500.00
Maqueta interactiva	U	1	200	200.00
Panel con fotografías	U	1	250	250.00
Maniquí con vestimenta	U	2	200	400.00
Sala 6 Panel de exhibición	U	3	250	750.00
<b>SUBTOTAL</b>			7360.00	
<b>TOTAL</b>				<b>9360.00</b>

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

## **b. Branding**

### **1) Nombre**

“Ilapo” – Centro de interpretación”

### **2) Slogan**

“Ilapo cultural y natural”

### **3) Logotipo**



**Figura 7- 36. logotipo**

#### 4) Precio

Este punto se establece basado en el resultado de las encuestas aplicadas el valor para turistas nacionales será de \$ 2; y para turistas extranjeros \$5.

#### 5) Plaza

##### a) Canal directo, forma directa

Esta fue la forma elegida para poder comercializar el producto “Ilapo cultural y natural - Centro de Interpretación”, ya que se comercializa desde el centro de interpretación directamente a los turistas.

##### b) Canal detallista, forma indirecta

El centro de interpretación puede comercializar su producto por medio de mediadores - detallista entre el productor y el consumidor final. Estos pueden ser: agencias de viajes, operadores de turismo o establecimientos de alojamiento.



**Figura 7- 37 Canal detallista de distribución**

##### c) Canal detallista, forma indirecta

El centro de interpretación puede comercializar su producto por medio de mediadores - detallista entre el productor y el consumidor final. Estos pueden ser: agencias de viajes, operadores de turismo o establecimientos de alojamiento.



**Figura 7- 38. Canal detallista de distribución**

**d) Plan de Comercialización**

**Tabla 7- 52. Plan de Comercialización**

TARGET	CANAL DIRECTO	TÁCTICA	MEDIOS PUBLICITARIOS	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
turistas locales		Mall	Centro de Información	1	2000	2000
		Medios de información	Vallas	4	600	2.400
Turistas extranjeros cuya procedencia es América		Negociación con establecimientos turísticos:				
		Agencias (Quito/Guayaquil)	Banners	1	100	100
		Hoteles		1	300	300
		Red social	Página Web			
<b>TOTAL</b>						4.800

**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo



## 6) Promoción

### a) Publicidad

Para la determinación de los medios publicitarios se basó en el estudio de la demanda, en el cual los turistas nacionales y extranjeros utilizan el internet como medio primordial de información.

Los medios publicitarios deben estar mínimo en 2 idiomas: español e inglés por la procedencia de los turistas.

Por tal motivo se identificaron y se diseñó un blog, hojas volantes, banners para los hoteles y tótems para distribuirlos en lugares estratégicos de la ciudad.

### b) Página Web



**Figura 7- 39. Pagina web**

<http://luiscarguacundo.wix.com/ilapocultural>

La página web contendrá cuatro pestañas en su parte superior izquierda. La primera pestaña será nosotros en la cual se dará una breve descripción de la empresa, a continuación encontrarán la pestaña de las diversas salas que tiene el centro de interpretación y una breve descripción de las mismas. En la pestaña contáctanos encontraran información acerca del lugar en donde funciona el centro de interpretación así como teléfonos, horarios de atención y las formas para realizar reservaciones. Finalmente en la parte superior derecha se encontrará una pestaña denominada galería fotográfica en la cual se podrá observar varias fotos.

### j. Volante



**Figura 7- 40. Volante**

La información que se encontrará en la hoja volante será el nombre de la empresa, una foto significativa de la parroquia que estará ubicada a un costado, bajo la imagen estará el logo de la empresa y en la parte inferior del volante se encontrará información del horario de atención y de la dirección.

### 3) Banner

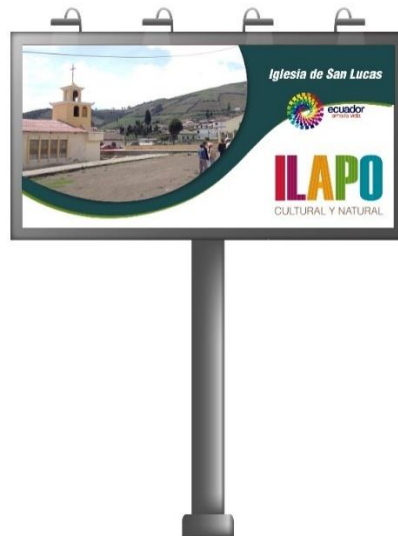
#### **BANNERS**



**Figura 7- 41. banners**

El banner tiene un diseño vertical, está elaborado con colores que llaman la atención al cliente. El banner será distribuido en los hoteles y agencias de viajes. Tendrá información acerca del lugar de atención.

#### 4)Vallas publicitarias



**Figura 7- 42. Vallas publicitaria**



**Figura 7- 43. Valla publicitaria**



**Figura 7- 44. Valla publicitaria**



**Figura 7- 45. Valla publicitaria**

Cada valla tendrá una imagen representativa de la parroquia, el nombre del personaje o lugar de la imagen que se presenta así como el logo de la empresa. Al reverso se podrá observar la dirección y los horarios de atención. Cada valla estará ubicada en un lugar estratégico de la ciudad.

**Tabla 7- 53. Presupuesto publicidad**

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Precio Total</b>
Diseño de imagenotipo	1	35	<b>35.00</b>
Diseño de página web	1	300	<b>300.00</b>
Dominio de página web	1	150	<b>150.00</b>
Diseño de volantes	1	33.3	<b>33.30</b>
Impresión de volantes	3000	0.14	<b>420.00</b>
Diseño de banners	1	25	<b>25.00</b>
Impresión de banners	2000	0.25	<b>500.00</b>
Diseño de Vallas publicitarias	1	35	<b>35.00</b>
Construcción de Valla 1	1	1687.77	<b>1687.77</b>
Valla 2	1	2253.26	<b>2253.26</b>
Valla 3	1	1687.77	<b>1687.77</b>
Valla 4	1	4475.55	<b>4475.55</b>
<b>Total</b>			<b>11602.65</b>

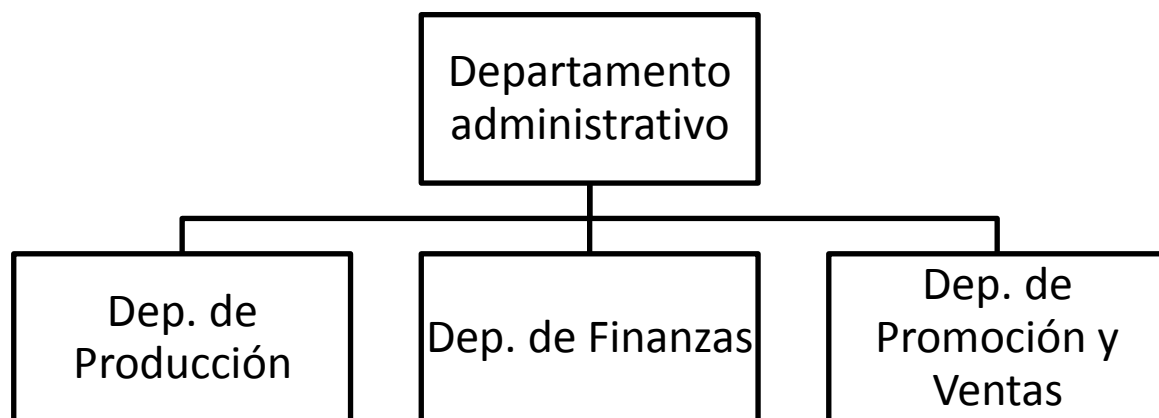
**Elaborado por:** Grace Vásquez .2014  
Trabajo de campo

## E. ESTUDIO ADMINISTRATIVO LEGAL

### 1. Estudio Administrativo

#### a. Organigrama estructural

**Gráfico 41. :** Organigrama Estructural

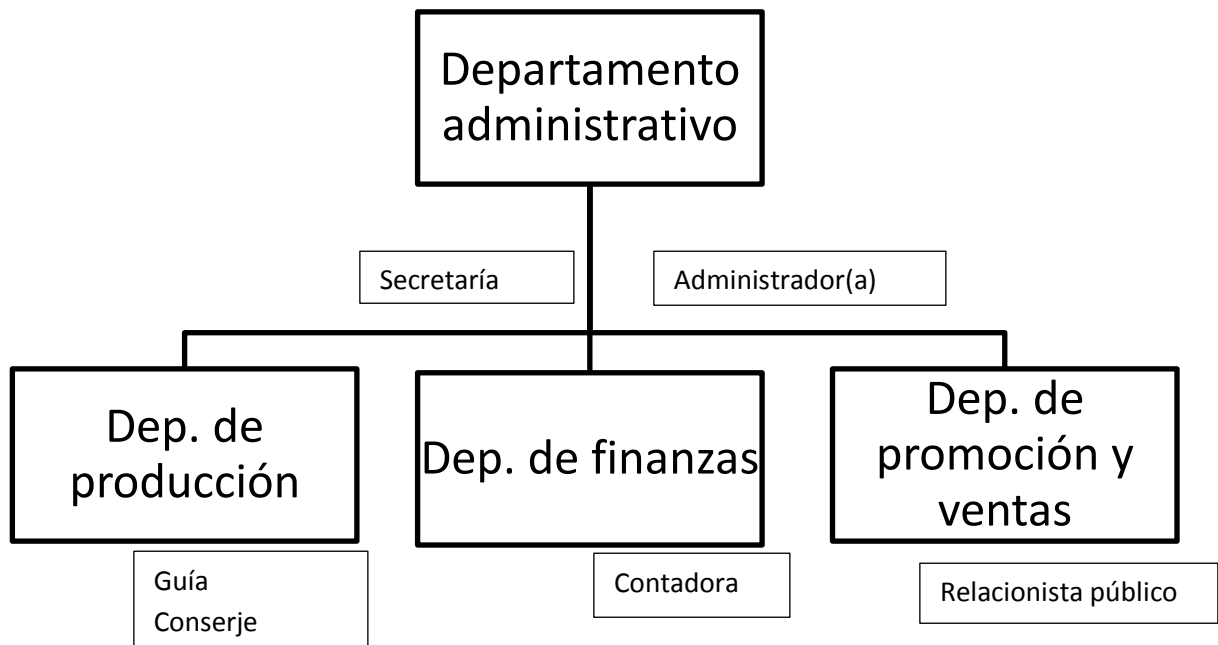


**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaborado por:** Grace Vásquez

c) Organigrama funcional

Gráfico N° :Organigrama Funcional



**Fuente:** Investigación primaria.

**Elaborado por:** Grace Vásquez

## d) Manual de Funciones

Tabla 7- 54. Manual de funciones

CARGO	FUNCIÓN	PERFIL	TITULO	SALARIO
Administrador(a)	<p>Persona encargada de marcha administrativa y contable del Museo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Definir estrategias de desarrollo</li> <li>Dirigir en talento humano</li> <li>Planificar el trabajo</li> <li>Coordinar el servicio</li> <li>Supervisar la atención al cliente</li> <li>Coordinar actividades vinculadas a la difusión y comercialización turística.</li> <li>Controlar y supervisar presupuestos.</li> <li>Realizar capacitaciones al personal</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Líder carismático</li> <li>Conocimientos en museología.</li> <li>Manejo de talento humano.</li> <li>Responsable.</li> <li>Conocimiento en administración de recursos económicos.</li> <li>Conocimientos de turismo y marketing</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ingeniero en Ecoturismo.</li> <li>Ingeniero en Administración de empresas.</li> <li>Ingeniero en Administración hotelera</li> </ul>	696,00
Secretaria	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar información en la oficina del museo</li> <li>Realizar contactos</li> <li>Atención al cliente</li> <li>Realizar escritos</li> <li>Captar la negociación de nuevos clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Persona que tenga conocimiento del servicio que presta el Museo.</li> <li>Debe tener la experiencia necesaria en cuanto a atención al cliente.</li> </ul>	Secretaria bilingüe	536,28



Contador(a)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar al administrador en sus funciones</li> <li>• Coordinar el área comercial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimientos de informática contable</li> <li>• Conocimientos de marketing</li> <li>• Amplia disposición para el trabajo en equipo</li> <li>Responsabilidad</li> </ul>	Licenciado(a) en Contabilidad	
Guía turístico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona encargada de dirigir los grupos de visitantes.</li> <li>• Elaborar y cumplir los itinerarios establecidos para los visitantes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persona capacitada en cuanto a dirigir grupos de turistas.</li> <li>• Conocimientos Culturales (datos, fechas, recursos turísticos, temas genéricos, etc.), Prácticos recorrido coherente, técnicas de comunicación, dinámica de grupos, adecuación a las circunstancias, a las tipologías, etc.)</li> <li>• Idiomas: nivel adecuado. El inglés es el idioma fundamental, pero es conveniente conocer cuanto más número de idiomas mejor. También es importante conocer un idioma poco hablado, ya que esto provocará una mayor demanda.</li> <li>• Actitud de servicio: predisposición para resolver problemas de los clientes, etc.</li> </ul>	Guía profesional	536,28

<b>Conserje</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vigilar y controlar el acceso de las personas al centro interpretativo</li> <li>• Velar por el orden y la seguridad del centro de interpretación</li> <li>• Puntualidad al abrir y cerrar el centro interpretativo</li> <li>• Entrega de correspondencia</li> <li>• Mantener la limpieza del centro de interpretación</li> </ul>	Carisma Responsable		522,97
-----------------	---	---------------------	--	--------

**Elaborado por:** Grace Vásquez

## **e) Reglamento para visitantes y empleados**

### **1) Reglamento para visitantes**

Este reglamento atiende los artículos del Código de Ética en el Turismo, con el fin de salvaguardar los recursos culturales y naturales que se presentarán en el centro de interpretación.

El fin es que la visita sea de total satisfacción tanto para el visitante como para el guía:

- a)** Para aumentar el sentido de su visita al centro de interpretación, recabe información con anterioridad a su visita, sobre la parroquia de Ilapo..
- b)** En sus desplazamientos, los turistas y visitantes evitarán todo acto criminal o considerado delictivo por las leyes del país que visiten.
- c)** Camine siempre por donde el indica el guía que será el recorrido.
- d)** Aporte con críticas constructivas escribiendo en el libro de recomendaciones.
- e)** Prohibido tocar los elementos de la exposición.
- f)** Si la conducta o la actitud de alguna visita creara malestar entre el resto de los visitantes, incumpliera las normas fijadas en el presente reglamento, o alterase el orden correcto de la sala o de su presentación, el personal del centro de interpretación queda facultado para invitar al visitante a abandonar el centro de interpretación, incluso notificando esta circunstancia a las fuerzas del orden público de la localidad para que actúen en consecuencia.

### **2) Reglamento para empleados**

- a)** El servicio que se le ofrece al visitante tiene que tener una calidad óptima.
- b)** Prestarán especial atención a la seguridad de los turistas extranjeros y nacionales por su particular vulnerabilidad.
- c)** Capacitación continua y obligatoria de los trabajadores con respecto a la labor y el área en la cual se desempeña.
- d)** Cumplir con las normas de comportamiento y respeto a sus compañeros de trabajo.
- e)** Obligación de facilitar a los turistas una información objetiva y veraz sobre los lugares de destino y sobre las condiciones de viaje, recepción y estancia.
- f)** Responsabilidad en su trabajo.

- g)** No fumar ni beber en horas laborables.
- h)** Puntualidad.
- i)** Brindar la mejor atención al cliente.
- j)** El mantenimiento y perfecto estado de uso de las distintas instalaciones del centro de interpretación.

**f) Requerimiento de talento humano y remuneración económica**

A continuación se detalla el personal que laborará en el centro de interpretación con sus respectivos salarios y beneficios de ley

**Tabla 7- 55. Talento humano**

<b>Cargo</b>	<b>N°</b>	<b>Salario mensual</b>	<b>Décimo tercero Salario/12</b>	<b>Décimo cuarto SBU(366USD)/año</b>	<b>Vacaciones Salario m/24</b>	<b>Aporte al IESS 20,6%</b>	<b>Remuneración mensual</b>	<b>Remuneración anual</b>
Gerente/Administrador	1	500.00	41.67	30.5	20.83	103	696.00	8352
Secretaria / contadora	1	380.00	31.67	30.5	15.83	78.28	536.28	6435.36
Guía	1	380.00	31.67	30.5	15.83	78.28	536.28	6435.36
Conserje	1	370.00	30.83	30.5	15.42	76.22	522.97	6275.64
<b>COSTO ANNUAL</b>						335.78	2291.53	<b>27498.36</b>

**Elaborado por:** Grace Vásquez

### **g) Herramientas para la operación del servicio**

Las herramientas elegidas para poder brindar un mejor servicio a los visitantes serán:

- 1) Ficha de registro de visitantes (Anexo )
- 2) Ficha de reservación (Anexo )
- 3) Encuesta de satisfacción turistas nacionales (Anexo )
- 4) Encuesta de satisfacción turistas extranjeros (Anexo)

## **2. Estudio Legal**

Para la implementación legal del centro se hace referencia principal a dos cuerpos legales que nos permiten definir la existencia y la personería jurídica del mismo, ligado al carácter cultural, comunitario y a los principios de economía popular y solidaria. Además que para la ejecución del centro de interpretación se contara con personas de asociaciones que están dispuestas a trabajar como es la asociación de agricultores.

### **a. En la constitución política de la república del Ecuador**

Título I sobre los principios fundamentales, Art 3 se manifiesta que los deberes primordiales del Estado son: “Defender el patrimonio natural y cultural del país y proteger el medio ambiente.”

Tomando la misma constitución en el título II sobre los derechos , sección cuarta de la cultura y ciencia, Art. 21 dice “Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.”

Y en capítulo noveno que refiere a las responsabilidades, Art. 83 afirma: “Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

13. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.”

En el título V acerca de organización territorial del estado, capítulo cuarto acerca de régimen de competencias, en el Art. 264, dice: “Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley:

8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.”

Título VI del régimen de desarrollo, capítulo primero, principios generales manifiesta en su Art. 276, afirma: “El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

7. Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.”

**Finalmente en el título VII, que se refiere al régimen del buen vivir, sección quinta acerca de cultura, artículos 377, 379 y 380 dicen que:** “El sistema nacional de cultura tiene como finalidad fortalecer la identidad nacional; proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales; incentivar la libre creación artística y la producción, difusión, distribución y disfrute de bienes y servicios culturales; y salvaguardar la memoria social y el patrimonio cultural. Se garantiza el ejercicio pleno de los derechos culturales.

Son parte del patrimonio cultural tangible e intangible relevante para la memoria e identidad de las personas y colectivos, y objeto de salvaguarda del Estado, entre otros:

3. Los documentos, objetos, colecciones, archivos, bibliotecas y museos que tengan valor histórico, artístico, arqueológico, etnográfico o paleontológico.

Serán responsabilidades del Estado:

1. Velar, mediante políticas permanentes, por la identificación, protección, defensa, conservación, restauración, difusión y acrecentamiento del patrimonio cultural tangible e intangible, de la riqueza histórica, artística, lingüística y arqueológica, de la memoria colectiva y del conjunto de valores y manifestaciones que configuran la identidad plurinacional, pluricultural y multiétnica del Ecuador.

De ésta manera la creación del centro de interpretación en la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo “Ilapo, natural y cultural” es viable en cuanto el mandato constitucional aprobado en el año 2.008 contribuye a alcanzar este derecho cultural la conservación, y respeto al patrimonio tangible e intangible de la parroquia. Contribuyendo a fortalecer la identidad de la población, así como también establecen los deberes y responsabilidades del estado para conservar el patrimonio así como los derechos de los ciudadanos en conocer la memoria histórica y acceder al patrimonio cultural.

## **b. Ley de la Economía Popular y Solidaria**

En su capítulo primero sobre formas de organización de la economía popular y solidaria, se dan a conocer los siguientes artículos:

Art.- 2.- Son formas de organización de la economía popular y solidaria y, por tanto, se sujetan a la presente ley, las siguientes:

b) Las organizaciones constituidas por familias, grupos humanos o pequeñas comunidades fundadas en identidades étnicas, culturales y territoriales, urbanas o rurales, dedicadas a la producción de bienes o de servicios, orientados a satisfacer sus necesidades de consumo y reproducir las condiciones de su entorno próximo, tales como, los comedores populares, las organizaciones de turismo comunitario, las comunidades campesinas, los bancos comunales, las cajas de ahorro, las cajas solidarias, entre otras, que constituyen el Sector Comunitario;

c) Las organizaciones económicas constituidas por agricultores, artesanos o prestadores de servicios de idéntica o complementaria naturaleza, que fusionan sus escasos recursos y factores individualmente insuficientes, con el fin de producir o comercializar en común y distribuir entre sus asociados los beneficios obtenidos, tales como, microempresas asociativas, asociaciones de producción de bienes o de servicios, entre otras, que constituyen el Sector Asociativo.

Según la Ley de la Economía Popular y Solidaria, estas formas de organización tienen las siguientes características y valores:

Art.- 3.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, se caracterizan por:

a) La búsqueda de la satisfacción en común de las necesidades de sus integrantes, especialmente, las básicas de autoempleo y subsistencia;



- b) Su compromiso con la comunidad, el desarrollo territorial y la naturaleza;
- c) La ausencia de fin de lucro en la relación con sus miembros;
- d) La no discriminación, ni concesión de privilegios a ninguno de sus miembros;
- e) La autogestión democrática y participativa, el autocontrol y la auto responsabilidad;
- f) La prevalencia del trabajo sobre el capital; de los intereses colectivos sobre los individuales; y, de las relaciones de reciprocidad y cooperación, sobre el egoísmo y la competencia.

Art.- 4.- Las formas de organización de la economía popular y solidaria, en sus relaciones sociales y actividad económica, se regirán por los valores de justicia, honestidad, transparencia y responsabilidad social y fundarán sus acciones en los principios de la ayuda mutua, el esfuerzo propio, la gestión democrática, el comercio justo y el consumo ético.

La existencia de estas formas de organización es de interés público por lo que según el artículo 5 se menciona lo siguiente:

Art.- 5.- Declárase de interés público y prioridad del Estado, la promoción, protección y fortalecimiento de las formas de organización de la economía popular y solidaria, como mecanismo eficaz para construir el Sistema de Economía Social y Solidaria, aumentar y mejorar las fuentes de trabajo, contribuir al desarrollo económico, a la práctica de la democracia, a la preservación de la identidad, a la equitativa distribución de la riqueza y a la inclusión económica y social.

Además, las formas de organización según la Ley de Economía Popular y Solidaria, se declara la autonomía dentro del marco que señala el artículo 6.

Art.- 6.- El Estado respeta la pluralidad de formas de organización de la economía popular y solidaria y garantiza su autonomía, independencia, libre desarrollo y ejercicio de cualquier actividad económica lícita, en el marco de la normativa que las regula. (LEY ORGÁNICA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA, 2011)

### c. Figura legal del centro interpretativo a implementarse

Según lo mencionan los artículos de la constitución, este tipo de establecimiento está apoyado en los lineamientos culturales donde se menciona y protege los derechos de los pueblos originarios a cultivar y gozar de los beneficios y aplicaciones de los conocimientos y prácticas culturales para el progreso. Además de mantener, proteger, desarrollar y fortalecer libremente la cultura (impulsando el usos de la vestimenta, los símbolos y emblemas propios) que a la par contribuyan a la protección del patrimonio natural y cultural histórico.

De acuerdo a la Ley de Economía Popular y Solidaria en torno a las definiciones de formas de organización, las características y los valores, el centro se define como asociación de agricultores para la producción y comercialización de bienes y servicios.

## F. ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO

### 1. Estudio económico

#### a. Inversiones del Proyecto

##### 1) Activos fijos

**Tabla 7- 56. Activos fijos**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>			
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
Casa para la implementación del centro	1	150000.00	<b>150000.00</b>
<b>Adecuaciones</b>			
División de áreas por ambientes	Global	2000.00	2000.00
Acondicionamiento de áreas de trabajo	Global	3000.00	3000.00
Medios interpretativos	Global	9360.00	9360.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>164360.00</b>
<b>Máquinas y equipos</b>			
Teléfono	2	50.00	100.00
Equipo de computación	2	772.80	1545.60
Impresora	1	350.00	350.00
Televisión led 32"	9	1400.00	12600.00
DVD	1	50.00	50.00

sistema de audio	8	300.00	2400.00
Lámparas	6	80.00	480.00
Ipad	4	500.00	2000.00
Proyector	1	512.00	512.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>20037.60</b>
<b>Muebles y enseres</b>			
Escritorio	5	200.00	1000.00
sillas acolchadas	58	25.00	1450.00
Juego de muebles	1	850.00	850.00
Sillón de escritorio, giratoria y regulable	5	80.00	400.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>3700.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>188097.60</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

## 2) Activos diferidos

**Tabla 7- 57. Activos diferidos**

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>			
<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costo total</b>
<b>Gasto por constitución</b>			
Estatutos Constitución	Global	255.00	255.00
Registro nombramiento legal	Global	155.00	155.00
Apertura de cuenta Banco Nacional de Fomento	Global	50.00	50.00
Registro del Mintur	Global	210.00	210.00
Licencia de funcionamiento	Global	213.62	213.62
<b>SUBTOTAL</b>			<b>883.62</b>
<b>Gasto publicidad y promoción</b>			
Medios publicitarios	Global	11567.65	11567.65
Plan de comercialización	Global	4800.00	4800.00
Diseño de imagenotipo	U	35.00	35.00
<b>Subtotal</b>			<b>16402.65</b>
<b>Gastos requerimientos</b>			
Requerimientos de suministros	Global	167.00	167.00
Requerimientos instalación	Global	5440.00	5440.00
<b>Subtotal</b>			<b>5607.00</b>
<b>Gastos servicios básicos</b>			

Electricidad	kwh	3600.00	3600.00
Agua potable	m3	168.00	168.00
Teléfono	min	360.00	360.00
<b>Subtotal</b>			<b>4128.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>27021.27</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

### 3) Remuneración del personal

**Tabla 7- 58. Talento humano**

Cargo	N <sup>o</sup>	Salario mensual	Décimo tercero Salario	Décimo cuarto	Vacaciones Salario	Aporte al IESS 20,6%	Remuneración mensual	Remuneración anual
Gerente/Administrador	1	500.00	41.67	30.5	20.83	103	696.00	8352
Secretaria / contadora	1	380.00	31.67	30.5	15.83	78.28	536.28	6435.36
Guía	1	380.00	31.67	30.5	15.83	78.28	536.28	6435.36
Conserje	1	370.00	30.83	30.5	15.42	76.22	522.97	6275.64
<b>COSTO ANUAL</b>	4					335.78	2291.53	<b>27498.36</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

### 4) Resumen de inversiones del proyecto

El cuadro resume las inversiones estimadas para la inversión y desarrollo del proyecto

**Tabla 7- 59. Inversiones**

Inversiones fijas	Unidad	Cantidad	Inversión requerida	Total de inversion
Casa para la implementación del centro	U	1	150000.00	<b>0.00</b>
Adecuaciones	Global	1	14360.00	14360.00
Máquinas y equipos	Global	1	20037.60	20037.60
Muebles y enseres	Global	1	3700.00	3700.00

<b>Total inversiones fijas</b>				<b>38097.60</b>
<b>Activos diferidos</b>				
Gasto por constitución	Global	1	883.62	883.62
Gasto publicidad y promoción	Global	1	16402.65	16402.65
Gastos requerimientos	Global	1	5607.00	5607.00
Gastos servicios básicos	Global	1	4128.00	4128.00
Total inversiones diferidas				<b>22893.27</b>
Rubro capital de trabajo				<b>27498.36</b>
<b>Total de inversiones</b>				<b>88489.23</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

#### **b. Fuente de financiamiento y uso de fondos**

Para cubrir la inversión se debe realizar un préstamo quirografario en el Banco Nacional de fomento el mismo que facilita desde 50 000 hasta 300 000 para créditos asociativos y el 70% para proyectos nuevos con una tasa de interés del 10%.

**Tabla 7- 60. Financiamiento**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Inversiones fijas	38097.60
Inversiones diferidos	22893.27
Capital de trabajo	27498.36
<b>Total inversión</b>	<b>88489.23</b>
Junta parroquial	18489.23
GAD Guano	20000.00
BNF	50000.00
<b>TOTAL APORTACIONES</b>	<b>88489.23</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

#### **c. Depreciaciones de activos fijos**

**Tabla 7- 61. Depreciaciones**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR DEL BIEN</b>	<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>	<b>VALOR DEPRECIACIÓN</b>	<b>AÑOS DE PROYECTO</b>	<b>%</b>	<b>AÑOS</b>
Adecuacion	14360.0	1436.00	3590.00	5	0.25	10

es	0					
Maquinas y equipos	20037.60	6679.20	20037.60	5	1.00	3
Muebles y enseres	3700.00	370.00	1850.00	5	0.50	10
<b>TOTAL</b>		<b>8485.20</b>	<b>25477.60</b>			

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

**d. Amortización de activos diferidos**

**Tabla 7- 62. Amortización**

<b>Rubro de activos diferidos</b>	<b>Valor</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>TOTAL AMORT. DIFERIDOS</b>	<b>27021.27</b>	5404.25	5404.25	5404.25	5404.25	5404.25
Gasto por constitución	883.62					
Gasto publicidad y promoción	16402.65					
Gastos requerimientos	5607.00					
Gastos servicios básicos	4128.00					

**Fuente:** Trabajo de campo 2015

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**e. Cálculo del pago de la deuda**

**Tabla 7- 63. Pago de la deuda**

<b>Año</b>	<b>Capital de préstamo</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital a pagarse</b>	<b>Cuota Annual</b>	<b>Saldo</b>
1	50000.00	5000.00	10000.00	15000.00	40000.00
2	40000.00	4000.00	10000.00	14000.00	30000.00
3	30000.00	3000.00	10000.00	13000.00	20000.00
4	20000.00	2000.00	10000.00	12000.00	10000.00
5	10000.00	1000.00	10000.00	11000.00	0.00
<b>TOTAL</b>		<b>15000.00</b>		<b>65000.00</b>	

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

**f. Estructura de Gastos para la vida útil del proyecto**

**Tabla 7- 64. Vida útil del proyecto**

<b>RUBROS</b>	<b>AÑOS</b>				
	1	2	3	4	5
<b>Costos de producción</b>					
Adecuaciones	14360.00	15078.00	15831.90	16623.50	17454.67
Maquinas y equipos	20037.60	21039.48	22091.45	23196.03	24355.83
Muebles y enseres	3700.00	3885.00	4079.25	4283.21	4497.37
Gastos requerimientos	5607.00	5887.35	6181.72	6490.80	6815.34
<b>Subtotal</b>	<b>43704.60</b>	<b>45889.83</b>	<b>48184.32</b>	<b>50593.54</b>	<b>53123.21</b>
<b>Costos administrativos</b>					
Gasto por constitución	883.62	927.80	974.19	1022.90	1074.05
Gasto servicios básicos	4128.00	4334.40	4551.12	4778.68	5017.61
Sueldos	27498.36	28873.28	30316.94	31832.79	33424.43
Depreciaciones	8485.20	8909.46	9354.93	9822.68	10313.81
<b>Subtotal</b>	<b>40995.18</b>	<b>43044.94</b>	<b>45197.19</b>	<b>47457.05</b>	<b>49829.90</b>
<b>Costos por ventas</b>					
Publicidad y promoción	16402.65	17222.78	18083.92	18988.12	19937.52
<b>Subtotal</b>	<b>16402.65</b>	<b>17222.78</b>	<b>18083.92</b>	<b>18988.12</b>	<b>19937.52</b>
<b>Costos financieros</b>					
Interés bancario	4000.00	4200.00	4410.00	4630.50	4862.03
<b>Subtotal</b>	<b>4000.00</b>	<b>4200.00</b>	<b>4410.00</b>	<b>4630.50</b>	<b>4862.03</b>
<b>TOTAL</b>	<b>105102.43</b>	<b>110357.55</b>	<b>115875.43</b>	<b>121669.20</b>	<b>127752.66</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

### g. Consumo aparente e ingresos

**Tabla 7- 65. Consumo aparente e ingresos**

DETALLE	Demand a objetivo año 1	% segmentació n	Turistas anual	Turistas mensual	Precio	Ingr. Anual	Ingr. Men
		<b>100%</b>	<b>16651</b>	<b>1388</b>			
entrada nacionales	16651	50%	8326	694	2.00	16651.00	1387.58
entrada extranjeros		50%	8325	694	5.00	41625.00	3468.96
Artesanías	60	50%	8326	694	10.00	83260.00	6940.00
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>141536.0 0</b>	<b>11796.5 4</b>
	141536.0 0	161351.04	183940.185 6	209691.811 6	239048.665 2		

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

### h. Estado de resultados

El estado de resultados nos permite determinar las pérdidas o ganancias de los movimientos económicos y financieros del proyecto para lo cual se utilizó el 5% como tasa de inflación anual (INEC 2014)

**Tabla 7- 66. Estado de resultados**

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	<b>141536</b>	<b>161351.04</b>	<b>183940.19</b>	<b>209691.81</b>	<b>239048.67</b>
(-)Egresos	<b>105102.43</b>	<b>110357.5515</b>	<b>115875.4291</b>	<b>121669.2005</b>	<b>127752.6606</b>
<b>Utilidad bruta</b>	<b>36433.57</b>	<b>50993.49</b>	<b>68064.76</b>	<b>88022.61</b>	<b>111296.00</b>
(-) 23% Impuesto a la renta	8379.72	11728.50	15654.89	20245.20	25598.08
<b>Utilidad neta</b>	<b>28053.85</b>	<b>39264.99</b>	<b>52409.86</b>	<b>67777.41</b>	<b>85697.92</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014



### i. Flujo de caja

La liquidez del proyecto se visualiza a través de la entrada y salida de recursos económicos utilizando la tasa de crecimiento del 5% anual ( INEC 2014)

**Tabla 7- 67. Flujo de caja**

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>+ INGRESOS</b>		141536.00	161351.04	183940.19	209691.81	239048.67
- Costos Producción		43704.6	45889.83	48184.32	50593.54	53123.21
<b>= UTILIDAD MARGINAL</b>		<b>97831.40</b>	<b>115461.21</b>	<b>135755.86</b>	<b>159098.27</b>	<b>185925.45</b>
- Costos Administración		32509.98	34135.48	35842.25	37634.37	39516.08
- Costos de Ventas		16402.65	17222.78	18083.92	18988.12	19937.52
<b>= UTILIDAD BRUTA</b>		<b>48918.77</b>	<b>64102.95</b>	<b>81829.69</b>	<b>102475.79</b>	<b>126471.84</b>
- 23% Impuesto Renta		11251.32	11813.88	12404.58	13024.81	13676.05
<b>= UTILIDAD ANTES RESERVA</b>		<b>37667.45</b>	<b>52289.07</b>	<b>69425.11</b>	<b>89450.98</b>	<b>112795.80</b>
- 10 % Reservas capitalización		3766.75	3955.08	4152.84	4360.48	4578.50
<b>= UTILIDAD NETA</b>		<b>33900.71</b>	<b>48333.98</b>	<b>65272.28</b>	<b>85090.51</b>	<b>108217.29</b>
+ Depreciación.		8485.20	8485.20	8485.20	8485.20	8485.20
+ Amortizaciones		5404.254	5404.254	5404.254	5404.254	5404.254
Inversión total	<b>88489.23</b>					
<b>= FLUJO NETO EFECTIVO</b>	<b>-88489.23</b>	<b>47790.16</b>	<b>62223.44</b>	<b>79161.73</b>	<b>98979.96</b>	<b>122106.75</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

### j. Punto de equilibrio

**Tabla 7- 68. Punto de equilibrio**

<b>Punto de equilibrio</b>		
75% Ventas totales (Ingresos)	106152	
75% Entradas vendidas	12488	
Costos fijos	49043.56	

Costos variables	9735.00	
Precio de venta unitario	8.50	
Costo Variable unitario	0.78	
PUNTO DE EQUILIBRIO	6352	
PUNTO DE EQUILIBRIO	53995.37	dólares

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

<b>Estado de resultados</b>	
Ventas (PVU*PE)	53995.37
- CV (CVU*PE)	4951.81
- CF	49043.56
Utilidad neta	0.00

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

## 2. Análisis financiero

### a. Valor actual neto VAN

**Tabla 7- 69. VAN**

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	- 88,489.23	47790.16	62223.44	79161.73	98979.96	122106.7486
<b>12.00%</b>	1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6
<b>Beneficio neto actualizado</b>	- 88,489.23	43,011.15	49,778.75	55,413.21	59,387.98	73,264.05

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

<b>Sumatoria VAN</b> =	<b>280,855.13</b>
<b>Inversión Total</b> =	<b>88,489.23</b>
<b>VAN = BNA - IT</b>	<b>192,365.90</b>
<b>TASA INTERNA DE RETORNO TIR</b>	<b>50%</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

**b. Costo actualizado**

**Tabla 7- 70. Costo actualizado**

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Costo Actualizado</b>	-	33900.71	48333.98	65272.28	85090.51	108217.29
<b>12.00%</b>	1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6
<b>Valor Actualizado</b>	-	30,268.49	38,531.56	46,459.52	54,076.56	61,405.40

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

<b>Sumatoria Costos</b>	<b>230,741.52</b>
<b>R. Beneficio Costo</b>	<b>1.22</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

**c. Período de recuperación**

**Tabla 7- 71. Periodo de recuperación**

DESCRIPCIÓN	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo Neto de Efectivo</b>	-	47790.16	62223.44	79161.73	98979.96	122106.7486
<b>12.00%</b>	1	0.9	0.8	0.7	0.6	0.6
<b>Valor Actualizado</b>	-	42,669.79	49,604.14	56,345.76	62,903.55	69,286.65

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** Trabajo de campo 2014

<b>Sumatoria VAN</b>	<b>280,809.89</b>
<b>Inversión Total</b>	<b>88,489.23</b>

<b>Promedio Flujo Neto</b>	<b>56,161.98</b>
<b>P. de Recuperación</b>	<b>2</b>

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** trabajo de campo 2014

#### **d. Resumen**

**Tabla 7- 72. Resumen**

<b>INDICADOR</b>	<b>RESULTADO</b>	<b>ANÁLISIS</b>
<b>INVERSIÓN</b>	<b>88,489.23</b>	
<b>VAN</b>	\$ 192,365.90	El VAN es positivo por tanto el proyecto es viable económicamente.
<b>TIR</b>	50%	El TIR está entre el rango de aceptabilidad para la inversión pública siendo económicamente rentable el 50%
<b>COSTO-BENEFICIO</b>	\$ 1.22	La relación costo beneficio da como resultado que por cada dólar invertido se va a recuperar 0, 22 centavos de dólar
<b>TIEMPO RECUPERACIÓN</b>	2	El tiempo de recuperación del proyecto es de 2 años en relación a los 5 años de vida útil del mismo.

**Elaborado por:** Vásquez Grace

**Fuente:** trabajo de campo 2014

## **VIII. CONCLUSIONES**

1. La parroquia Ilapo cuenta con un aceptable potencial turístico ya que posee recursos naturales y culturales tangibles e intangibles los cuales pueden ser aprovechados de una manera sostenible, sin embargo la potencialidad se ve disminuida por la escasa planta turística y dotación de facilidades turísticas.
2. El estudio de mercado ha permitido determinar que existe una aceptabilidad, con un 68% para turistas locales y 62% para turistas extranjeros de aceptación e interés por el centro de interpretación cultural y natural.
3. El proyecto tiene viabilidad técnica ya que existe un conjunto de atractivos de jerarquía II que pueden ser valorizados y revitalizados, mediante métodos, técnicas y medios interpretativos del patrimonio cultural y natural contribuyendo así a la diversificación turística de la parroquia.
4. El análisis de los estamentos legales como la Constitución de la República del Ecuador y la Ley de Economía Popular y Solidaria, evidencia la viabilidad legal a través de los cuales el centro puede existir como asociación de agricultores dedicada a la producción de bienes y servicios, fundamentada en valores y principios que protegen la integridad y defienden la vida en todas sus múltiples expresiones. Además de que la gestión administrativa contiene una propuesta que ayudará a reactivar las formas tradicionales de organización y gestión, con poder y responsabilidades compartidas entre diferentes actores dentro de la parroquia y diferentes áreas a nivel interno del centro interpretativo, el mismo que se sostiene en base a la activa comunicación y cooperación entre sus miembros.
5. El proyecto económica y financieramente es rentable pues los indicadores  $VAN = 192,365.90$   $TIR = 50\%$  son positivos, el capital invertido se recuperaría en 2 años y la relación Beneficio/Costo es de 1.22 siendo favorable la inversión.

## **IX. RECOMENDACIONES**

- ✓ Para el desarrollo del turismo siempre se debe considerar implementar planta e infraestructura turística ya que con aquello se captará mayor afluencia de turista ya que esto permitirá brindar servicios de calidad acordes a las preferencias de los visitantes quienes se convertirán en actores para la difusión del centro de interpretación.
- ✓ Mediante el estudio de mercado realizado, se ha demostrado que hay aceptación por el centro, lo que se debería aprovechar para implementar el presente proyecto, con esta finalidad se recomienda a la junta parroquial , que consideren el trabajo realizado y busquen financiamiento para incursionar en este tipo de actividad.
- ✓ Realizar alianzas estratégicas con instituciones educativas primarias, secundarias y universitarias a nivel de la provincia, empresas públicas como el Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural para que visiten el Centro de interpretación “cultural y natural ”
- ✓ La campaña publicitaria en los medios de comunicación, debe ser intensiva y permanente al inicio de la operación del centro de interpretación, de esta forma se garantizará una afluencia constante de visitantes al centro de interpretación.
- ✓ Es recomendable la implementación del proyecto en el aspecto económico ya que nos ofrece una tasa interna de retorno relativamente alta cabe recalcar que ninguna institución bancaria nos ofrece una tasa de interés tan alta o similar. Además nos proporcionará un valor actual neto muy rentable y una relación costo beneficio adecuado.

## **X. RESUMEN**

La presente investigación propone: desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de un centro de interpretación del patrimonio cultural y natural en la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo; se utilizó técnicas de investigación bibliográficas, posteriormente se realizó el análisis de audiencia donde se estableció como potenciales turistas a la población económicamente activa de Riobamba, así mismo los turistas extranjeros que visitan la estación del tren en Riobamba y la Reserva de Producción Faunística Chimborazo, además permitió definir servicios y el tipo de medios interpretativos, así como el origen, el interés en visitar el Centro de Interpretación, el tiempo que disponen para recorrer el lugar, los medios que utilizan para recibir información y el costo de las entradas. En el estudio técnico se formuló la planificación estratégica (museología, proceso de producción, diseño de los medios, estudio de marketing), diseño técnico de la infraestructura, se realizó el estudio de mercadotecnia. Se estructuró la parte organizativa del este Centro con su manual de funciones, en la parte legal está sustentado el proyecto en las leyes ecuatorianas y la Ley de Economía Popular y Solidaria, se propone un modelo de gestión administrativa interna y externa para su relación con la parroquia. El estudio económico indica que el proyecto es rentable, con valores tales como  $VAN = 192,365.90$   $TIR = 50\%$  son positivos, el capital invertido se recuperaría en 2 años y la relación B/C es 1.22 siendo favorable la inversión. Se concluye que el proyecto es factible generando beneficios sociales y económicos. Se recomienda hacer alianzas estratégicas con instituciones para su campaña publicitaria.

**Palabras claves:** Estudio de factibilidad, patrimonio cultural y natural, atractivos turísticos



## **XI. SUMMARY**

This research aims to develop a feasibility study for the implementation of an interpretation center of cultural and natural patrimony in the parish Ilapo, canton Guano, Chimborazo province: for which bibliographic research techniques were used, subsequently and audience analysis was done where the economically active population of Riobamba was established as potential tourists, also foreign tourists visiting the train station in Riobamba and Chimborazo Fauna Reserve, in addition, this allowed to determine, services and type of interpretative media and origin interest in visiting the interpretation center, the time available to visit the place, the means used to receive information and the cost of tickets. In the technical study strategic planning (museology, production process, media design, marketing study), technical infrastructure design were formulated, and marketing study was conducted. The organizational part of this center was structured with a functions manual, the legal part of the project is supported in the Ecuadorian laws and the law of Popular Economy and Solidarity, and it is proposed a model of internal and external administration for its relationship with the parish. The economic study indicates that the project is profitable, with values such as NPV= 192,365.90, IIR= 50% sre positive, invested capital would be recovered in two years and the ratio B/C is 1.22 to being a favorable investment. In conclusion, the project is feasible generating social and economic benefits. It is recommended to make strategic alliances whit institutions for advertising campaign.

Keywords: feasibility study, cultural and natural patrimony, tourist attractions.





## **XII. BIBLIOGRAFÍA**

- Aldridge, D. (2010). *Asociación para el patrimonio*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de [www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/.../220](http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/.../220)
- Aragón. (2009). *Centros de interpretación*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de [www.aragon.es](http://www.aragon.es)  
› ... › Red Natural de Aragón.
- Bertonatti. (2010). *Centros de interpretación como herramientas de conservación y desarrollo*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de [www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/article/viewFile/253/253](http://www.interpretaciondelpatrimonio.com/boletin/index.php/boletin/article/viewFile/253/253)
- Castellanos, M. L. (2014). El turismo en un Ecuador megadiverso. *revistagestion.ec*. Obtenido de [revistagestion.ec: http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201\\_Turismo.pdf](http://www.revistagestion.ec/wp-content/uploads/2013/10/201_Turismo.pdf)
- Catarina. (2010). *Intentarios de atractivos turísticos*. Recuperado el 10 de Marzo de 2014, de [catarina.udlap.mx/udla](http://catarina.udlap.mx/udla).
- Ceniha. (2010). *Centros de interpretación y exhibiciones interpretativas*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de <http://ceniha.com/proyectos/?p=21>
- Código Orgánico de Organización Territorial COOTAD. (19 de 10 de 2010). *Organización del territorio*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, Obtenido de [www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad\\_2012.pdf](http://www.ame.gob.ec/ame/pdf/cootad_2012.pdf)
- Colin, B. (1982). *Estudio de factibilidad. Barcelona-España*. p. 46.
- González. (2010). *El turismo aplicación didáctica*. Recuperado el 06 de marzo de 2014, de [www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod../ROSARIO\\_VERA\\_2PDF](http://www.csi-csif.es/andalucia/modules/mod../ROSARIO_VERA_2PDF).
- Secretaría Técnica de la Economía Popular y Solidaria. (2011). *Ley orgánica de economía popular y solidaria*. Quito.
- Lundberg. (1986). *Atractivos turísticos. Barcelona- España: Circulo Rojo*.
- Ministerio del Ambiente. (2012). En *Sistema de clasificación de los ecosistemas del Ecuador Continental* (pág. 143). Quito: MAE
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo Perú. (2008). *Manual de inventario de atractivos turísticos*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/28393291/Manual-de-Inventario-turistico>
- Morales, M. (2008). *Interpretación del patrimonio. España*.
- Muñoz, E. (s.f). *Guía metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de inversión. Riobamba*.
- Orozco, D. (2011). *Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de interpretación cultural y natural*. Riobamba. pp. 20-35.

- Sam. (1992). *Medios interpretativos y su función*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de <http://www.mediosinterpretativos.com>
- Sam. (2005). *Evaluaciones de impacto ambiental*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de [sumaco.org/biblioteca/PNSNG-Manual-EIA.pdf](http://sumaco.org/biblioteca/PNSNG-Manual-EIA.pdf).
- Sterling, E. (2010). *Interpretación de la biodiversidad*. Recuperado el 10 de marzo de 2014, de <http://es.scribd.com/doc/33964312/10/Exhibiciones-Interpretativas>.
- Stewart. (1981). *Clasificación de medios interpretativos*. EE.UU.
- Target, G. (2011). *Análisis de audiencia*. Recuperado el 10 de Marzo de 2014, de [www.gfk.com/mx/solutions/audience-measurement-and.../default.aspx](http://www.gfk.com/mx/solutions/audience-measurement-and.../default.aspx)
- Universidad Técnica de Cotopaxi. (2011). *Estudio de factibilidad*. Quito.
- Urbina, B. (1999). *Punto de equilibrio*. México: Mc Graw Hill.
- Vásquez, G. (2013). *Diseño de un centro de interpretación natural y cultural en la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo* (Prácticas de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo. Riobamba.

### **XIII. ANEXOS**

#### **A. FICHA PARA EL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

<b>1. DATOS GENERALES</b>	
<b>1.1 Encuestador:</b>	<b>1.2 Ficha N°</b>
<b>1.3 Supervisor Evaluador:</b>	<b>1.4 Fecha:</b>
<b>1.5 Nombre del Atractivo:</b>	
<b>1.6 Categoría:</b>	
<b>1.7 Tipo:</b>	
<b>1.8 Subtipo:</b>	
Fotografía No.	
<b>2. UBICACIÓN</b>	
<b>2.1 Provincia:</b>	<b>2.2 Ciudad y/o Cantón:</b>
<b>2.3 Parroquia:</b>	
<b>2.4 Latitud:</b>	<b>2.5 Longitud:</b>
<b>3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO</b>	
<b>3.1 Nombre del poblado:</b>	<b>3.2 Distancia:</b>
<b>4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO</b>	
<b>4.1 Altitud:</b>	
<b>4.2 Temperatura:</b>	
<b>4.3 Precipitación Pluviométrica:</b>	
<b>4.4 Ubicación del Atractivo</b>	
<b>4.5 Descripción del atractivo</b>	
<b>4.6 Atractivos individuales que lo conforman:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>•</li><li>•</li></ul>	
<b>4.7 Permisos y Restricciones</b>	

<b>4.8 Usos</b>	
<b>4.8.1 Usos Actuales</b>	
<b>4.8.2 Usos Potenciales</b>	
<b>4.8.3 Necesidades turísticas</b>	
<b>4.9 Impactos</b>	
<b>4.9.1 Impactos positivos</b>	
<b>4.9.2 Impactos negativos</b>	
<b>5. ESTADOS DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO:</b>	
<b>5.1 Estado:</b>	
<b>5.2 Causas:</b>	
<b>6. ENTORNO:</b>	
<b>6.1 Entorno:</b>	
<b>6.2 Causas:</b>	
<b>7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y ACCESO</b>	
<b>7.1 Tipo:</b>	<b>7.2 Subtipo:</b>
<b>7.3 Estado de Vías:</b>	<b>7.4 Transporte:</b>
<b>7.5 Frecuencias:</b>	<b>7.6 Temporalidad de acceso:</b>
<b>7.7 Observaciones:</b>	
<b>8. FACILIDADES TURÍSTICAS</b>	
<b>9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA</b>	
<b>9.1 Agua:</b>	
<b>9.2 Energía Eléctrica:</b>	

<b>9.3 Alcantarillado:</b>		
<b>10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS.</b>		
<b>10.1 Nombre del atractivo:</b>	<b>10.2 Distancia:</b>	
<b>11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO:</b>		
<b>11.1 Difusión:</b>		
<b>12. VALORACIÓN DEL ATRACTIVO</b>		
<b>VARIABLE</b>	<b>FACTOR</b>	<b>PUNTOS</b>
CALIDAD	a) Valor intrínseco	
	b) Valor extrínseco	
	c) Entorno	
	d) Estado de Conservación y/o Organización	
APOYO	a) Acceso	
	b) Servicios	
	c) Asociación con otros atractivos	
SIGNIFICADO	a) Local	
	b) Provincial	
	c) Nacional	
	d) Internacional	
TOTAL		
<b>13. JERARQUIZACIÓN</b>		

**B. ENCUESTA**

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**  
**FACULTAD DE RECURSOS NATURALES**  
**ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

La presente encuesta tiene por objetivo obtener información para el diseño de un centro de interpretación del patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Por favor marque con una x los recuadros. Gracias.

**1. Edad**

14-24 años	<input type="checkbox"/>
25-35 años	<input type="checkbox"/>
36-46 años	<input type="checkbox"/>
47-60 años	<input type="checkbox"/>
Más de 60 años	<input type="checkbox"/>

**2. Género**

Masculino	<input type="checkbox"/>
Femenino	<input type="checkbox"/>

**3. ¿Cuál es su nivel de preparación?**

Primaria	<input type="checkbox"/>
Secundaria	<input type="checkbox"/>
Superior	<input type="checkbox"/>
Postgrado	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>

**4. Ocupación**

Empleado(a) público	<input type="checkbox"/>
Empleado(a) privado	<input type="checkbox"/>
Estudiante	<input type="checkbox"/>
Jubilado	<input type="checkbox"/>
Ama de casa	<input type="checkbox"/>

**5. ¿Generalmente ud viaja o visita un lugar ?**

Sólo(a)	<input type="checkbox"/>
Pareja	<input type="checkbox"/>
Familia	<input type="checkbox"/>
Amigos(as)	<input type="checkbox"/>
Grupos organizado por agencia de viaje	<input type="checkbox"/>

**6. ¿Generalmente con cuantas personas viaja o visita un lugar?**

Solo	<input type="checkbox"/>
1 a 3 personas	<input type="checkbox"/>
4 a 6 personas	<input type="checkbox"/>
7 a 9 personas	<input type="checkbox"/>
Más de 10 personas	<input type="checkbox"/>

**7. ¿Le interesaría conocer la parroquia de Ilapo, ubicada en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?**

SI ☐  
NO ☐

**8. ¿Le interesaría contar con un centro de interpretación de patrimonio cultural y natural en la parroquia Ilapo ?**

SI ☐  
NO ☐

**9.¿ Cuánto tiempo destinaria para visitar el centro de interpretación ?**

20 a 30 minutos ☐  
30 a 50 minutos ☐  
Más de 60 minutos ☐

**10. ¿Qué tipo de medios interpretativos le gustaría que se utilice en el centro de interpretación?**

Exhibiciones ☐  
Maquetas ☐  
Videos y audios ☐  
Paneles temáticos ☐  
Juegos interactivos ☐  
Fotos ☐  
Títeres ☐  
Recreaciones escenográficas ☐

**11. ¿Qué temas le gustaría que se expongan en el centro de interpretación?**

Flora y fauna de Ilapo ☐  
El chagra Ilapeño ☐  
Historia de Ilapo ☐  
Ilapo y sus costumbres ☐  
Ilapo y sus sitios naturales ☐

**12. ¿Cree usted que el centro de interpretación debe ser guiado?**

SI ☐  
NO ☐

**13 ¿Por qué medios se informa usted de acontecimientos de la provincia o del país?**

Internet ☐  
Periódico ☐  
Radio ☐  
Televisión ☐  
Puntos de información en Guano ☐

**14. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar el centro de interpretación?**

0,50 centavos a \$ 1.00 ☐  
\$1.01 a \$ 2.00 ☐  
Más de \$ 2.01 ☐

**15. ¿Al finalizar el recorrido por el centro de interpretación le gustaría comprar algún souvenir que muestre el centro?**

SI ☐  
NO ☐

### **C. ENCUESTA EXTRANJEROS**



#### **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE RECURSOS NATURALES ESCUELA DE INGENIERÍA EN ECOTURISMO**

La presente encuesta tiene por objetivo obtener información para el diseño de un centro de interpretación del patrimonio cultural y natural de la parroquia Ilapo, cantón Guano, provincia de Chimborazo.

Por favor marque con una x los recuadros. Gracias.

#### **1. Género**

Masculino ☐  
Femenino ☐

#### **2. Lugar de procedencia**

Estados Unidos ☐  
Reino Unido ☐  
Francia ☐  
España ☐

#### **3. Ocupación**

Estudiantes ☐  
Profesionales ☐  
Otros ☐

#### **4. Nivel de preparación**

Primaria ☐  
Secundaria ☐  
Superior ☐



Otros ☐

**5. Motivo de su viaje**

Recreación ☐  
 Compras ☐  
 Congresos/convenciones ☐  
 Otros ☐

**6. Con quien viaja o visita un lugar**

Amigos ☐  
 Familia ☐  
 Solo ☐  
 Otros ☐

**7. ¿Generalmente con cuantas personas viaja o visita un lugar?**

Solo ☐  
 1 a 3 personas ☐  
 4 a 6 personas ☐  
 7 a 9 personas ☐  
 Más de 10 personas ☐

**8. ¿Le interesaría conocer la parroquia de Ilapo, ubicada en el cantón Guano, provincia de Chimborazo?**

SI ☐  
 NO ☐

**9. ¿Le interesaría contar con un centro de interpretación de patrimonio cultural y natural en la parroquia Ilapo ?**

SI ☐  
 NO ☐

**10. ¿Cuánto tiempo destinaría para visitar el centro de interpretación?**

20 a 30 minutos ☐  
 30 a 50 minutos ☐  
 Más de 60 minutos ☐

**11. ¿Qué tipo de medios interpretativos le gustaría que se utilice en el centro de interpretación?**

Exhibiciones ☐  
☐

Maquetas	<input type="checkbox"/>
Videos y audios	<input type="checkbox"/>
Paneles temáticos	<input type="checkbox"/>
Juegos interactivos	<input type="checkbox"/>
Fotos	<input type="checkbox"/>
Títeres	<input type="checkbox"/>
Recreaciones escenográficas	<input type="checkbox"/>

**12. ¿Qué temas le gustaría que se expongan en el centro de interpretación?**

Flora y fauna de Ilapo	<input type="checkbox"/>
El chagra Ilapeño	<input type="checkbox"/>
Historia de Ilapo	<input type="checkbox"/>
Ilapo y sus costumbres	<input type="checkbox"/>
Ilapo y sus sitios naturales	<input type="checkbox"/>

**13. ¿Cree usted que el centro de interpretación debe ser guiado?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**14. ¿Cree usted que el centro de interpretación debe contar con un guía bilingüe?**

SI	<input type="checkbox"/>
NO	<input type="checkbox"/>

**15. ¿Por qué medios se informa usted de acontecimientos de la provincia o del país?**

Internet	<input type="checkbox"/>
Periódico	<input type="checkbox"/>
Radio	<input type="checkbox"/>
Televisión	<input type="checkbox"/>
Puntos de información en Guano	<input type="checkbox"/>

**16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar el centro de interpretación?**

\$1.00 a \$ 3.00	<input type="checkbox"/>
\$3.01 a \$ 5.00	<input type="checkbox"/>
Más de \$ 5.01	<input type="checkbox"/>

**D. FICHA DE MEDIOS INTERPRETATIVOS**

Diseño de medios interpretativos para el Diseño Museográfico	
Nombre del Medio interpretativo	<b>Ficha N°</b>
Tipo	
Función	<b>Sala</b>
<p>Modelo de Exhibición Interpretativa</p>	
Leyenda	
Dimensiones/Materiales/Requerimientos	
Costos:	
Mantenimiento	<b>Observaciones</b>

**E. FICHA DE REGISTRO DE VISITANTES**

<b>CENTRO DE INTERPRETACIÓN “ILAPO CULTURAL Y NATURAL “</b>					
<b>REGISTRO DE VISITANTES N°:</b>					
<b>FECHA</b>	<b>NOMBRE</b>	<b>APELLIDOS</b>	<b>C.I/ PASAPORTE</b>	<b>INSTITUCIÓN</b>	<b>CIUDAD/ PAIS DE</b>

**F. HOJA DE REGISTRO DE RESERVACIONES**

<b>HOJA DE RESERVACIONES</b>		
<b>Hoja N° 0001</b>		
<b>NOMBRES</b>	<b>APELLIDOS</b>	
<b>INSTITUCION/ EMPRESA</b>		
<b>CIUDAD</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>PAIS</b>
<b>N° DE VISITANTES</b>		<b>TELEFONO</b>

<b>DATOS DE RESERVA</b>			
<b>FECHA</b>		<b>HORA</b>	
<b>RECONFIRMACIÓN</b>			
<b>FECHA</b>		<b>HORA</b>	

## G. ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

### ENCUESTA DE SATISFACCIÓN

Reciba un cordial saludo, la presente es una herramienta para evaluar y mejorar la calidad del servicio prestado por el personal del Centro de interpretación “ILAPO CULTURAL Y NATURAL” por favor, indíquenos su grado de satisfacción general en una escala de 1 a 5, donde 5 es completamente satisfecho y 1 es completamente insatisfecho.

#### Su apreciación de las Salas fue:

SALA 1 INTRODUCTIVA

SALA 2 INFORMATIVA

SALA 3 TEMATICA

SALA 4 VIDEOS

SALA 5 INTERACTIVA

SALA 6 DE EXHIBICIÓN FOTOGRÁFICA

La atención del guía fue:

¿El guía tiene conocimiento y es capaz de responder a las preguntas que se le formulan?

¿El espacio de las Salas es de ayuda al estudio y al aprendizaje?

¿Recomendaría usted el Centro de interpretación “ILAPO CULTURAL Y NATURAL” a otras personas y/o Instituciones?

SI

NO

**OBSERVACIONES:** \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

**RECOMENDACIONES:**

---

---

---

**FIRMA**